



universität  
wien

# Diplomarbeit

Titel der Diplomarbeit

**Selbstinszenierung im literarischen Feld Österreichs -  
Daniel Kehlmann und seine mediale  
Inszenierung im Bourdieu'schen Feld**

Verfasser

**Mag. Klaus Bichler**

angestrebter akademischer Grad

**Magister der Philosophie (Mag. phil.)**

Wien, 18. August 2012

Studienkennzahl lt. Studienblatt:

A 332

Studienrichtung lt. Studienblatt:

Diplomstudium Deutsche Philologie

Betreuer:

Univ.-Prof. Dr. Michael Rohrwasser



# Vorwort

Meine germanistische Forschungstätigkeit wäre ohne die Unterstützung vieler Menschen nicht möglich gewesen, denen ich hier meinen Dank ausdrücken möchte.

Ich möchte mich zu allererst bei meiner Familie, meinen Eltern Helene und Hugo Bichler, meiner Oma, Magdalena Laimer, und meiner Schwester, Sigrid Atkinson, bedanken. Danken, für ihre Unterstützung in allen Lebensphasen, ihrer Förderung von Interesse an Lesen und Theater, und auch für ihre finanzielle Unterstützung.

Weiters möchte ich noch ausdrücklich meinen Lektorinnen Helene Bichler und Brigitta Dampier danken. Ohne ihre hilfreichen inhaltliche Anregungen, Hinweise und Korrekturanmerkungen würde diese Arbeit nicht in dieser Form vorliegen.

Ein besonderer Dank gilt meinem Betreuer Prof. Dr. Michael Rohrwasser für die gute Betreuung, das weiterführende Feedback und die anregenden Diskussionen zum Thema.

Zusätzlich möchte ich dem Literaturhaus Wien danken, dessen umfassende Zeitungsausschnittsammlung mir die Recherche erleichtert hat. Auch möchte ich den dort arbeitenden Personen für ihre Unterstützung danken.

Zu allerletzt, möchte ich mich bei meinem Deutschlehrer aus dem BG und BRG St.Pölten, Mag. Christian Huber, bedanken. Er hat nicht nur mir, sondern vielen anderen SchülerInnen Freude am Lesen und am Theater vermittelt.

Wien, August 2012



# Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung .....	4
2	Bourdieu und das Feld.....	10
2.1	Feldtheorie - Eine kurze Einführung .....	10
2.2	Das literarische Feld .....	14
2.2.1	Die Kämpfe um die Position .....	16
2.2.2	Die Mittel der Positionierung .....	18
2.2.3	Konsekrationsmechanismen .....	20
3	Kritik an Bourdieus Feldtheorie .....	22
4	Das literarische Feld in Österreich um das Jahr 2000 .....	28
4.1	Seitenblick: Deutschland .....	28
4.2	Die österreichischen Rahmenbedingungen .....	29
4.3	Das österreichische Feld um das Jahr 2000 .....	32
5	Exkurs: Goffman und die alltägliche Inszenierung .....	36
6	Markt, Marketing, Medien und die Literatur .....	40
6.1	Ökonomisierung des Literaturbetriebes .....	40
6.2	Image und Authentizität .....	42
6.2	Inszenierung und Mittel .....	44
6.3	Massenmedien .....	47
6.4	Beispiele von Künstlerinszenierungen .....	48
7	Daniel Kehlmann.....	54
7.1	Wer ist das? .....	54
7.2	Kehlmanns Habitus - eine erste Analyse .....	58
7.3	Exkurs: Das Produkt Daniel Kehlmann.....	59
8	Forschungsinteresse und Forschungsfragen .....	62
9	Methodisches Vorgehen .....	66
10	Analyse des ausgewählten Materials .....	72

10.1	Welches Image will sich Daniel Kehlmann selbst geben? .....	72
10.1.1	Der Bildungsbürger .....	72
10.1.2	Der jugendliche Handwerker .....	73
10.1.3	Der glatte Erfolgsmann .....	74
10.1.4	Zusammenfassung .....	75
10.2	Wie definiert Daniel Kehlmann seinen Künstlerbegriff? .....	76
10.3	Welche AutorInnen sieht Daniel Kehlmann als Inspiration und Vorbilder?.....	77
10.4	Auf welche AutorInnen bezieht sich Daniel Kehlmanns Häresiestrategie?.....	78
10.5	Wie steht Daniel Kehlmann zum Literaturbetrieb? .....	79
10.6	Wie steht Daniel Kehlmann zum Medienbetrieb?.....	82
11	Zusammenfassung der Ergebnisse .....	84
12	Ausblick .....	88
13	Literaturverzeichnis.....	92
13.1	Monographien und Aufsätze .....	92
13.2	Zeitungs- und Zeitschriftenartikel .....	99
13.3	Onlinequellen.....	103
14	Quellenverzeichnis .....	104
15	Anhang .....	108
15.1	Analysebögen der Inhaltsanalyse .....	108
16	Abstract deutsch .....	130
17	Abstract english.....	132
18	Lebenslauf .....	134

# 1 Einleitung

„Kehlmann als das literarische Wunderkind.“ So wurde Daniel Kehlmann von der deutschen Kritik gefeiert,<sup>1</sup> meinte Tom Buhrow, Tagesschau Moderator, in seiner Anmoderation zur Neuerscheinung von Daniel Kehlmanns Roman „Ruhm. Ein Roman in neun Geschichten“. Wie vielen AutorInnen wird die Ehre zuteil, dass ihr neuer Roman in den deutschen Hauptnachrichten angekündigt wird? Wann und warum wird ein Autor, eine Autorin zu einem Literaturstar dieses Ausmaßes?

Während bis ins 18. Jahrhundert die AutorInnen meist im Schatten ihrer Werke standen, traten sie seitdem immer stärker in den Vordergrund. Sie sind heute nicht nur Autoren, sondern Figuren des öffentlichen Lebens.<sup>2</sup> In einer medialisierten und personenzentrierten Umwelt, spielen Autor und Autorin in der literarischen Praxis eine nie dagewesen große Rolle. Der Autor, die Autorin ist nicht tot, wie Roland Barthes behauptete, er, sie ist zentrales Objekt im Literaturmarketing.

Die hier vorliegende Diplomarbeit beschäftigt sich mit dem wichtigsten Faktor der Autorinszenierung: Der medialen Inszenierung. Die Forschungsarbeit soll analysieren, wie sich die Positionierung des Autors Daniel Kehlmann im literarischen Feld in Österreich mittels Massenmedien abspielt.

Als theoretischer Rahmen dient Bourdieus Feldtheorie, da Bourdieu als einer der ersten die literarischen Werke systematisch in Beziehung zu den ökonomischen, sozialen und kulturellen Bedingungen des künstlerischen Schaffens setzte.<sup>3</sup> Dieses Modell wird im Bezug auf Massenmedien ergänzt, da diese von Bourdieu nur in sehr geringem Maße berücksichtigt werden. Die Arbeit beschäftigt sich primär mit den in Printmassenmedien vermittelten Aussagen des Autors. Anhand dieser wird die Selbstinszenierung zum Zweck der Positionierung im literarischen Feld gezeigt.

Die These zur Wichtigkeit der medialen Inszenierung für die Positionierung von AutorInnen im Feld wird mit soziologischen, medienwissenschaftlichen und literarökonomischen Aspekten untermauert. Die literarischen Texte des Autors werden nur am Rande behandelt, da sie hier nicht Analysegegenstand sind. Sie werden aber durch das Aufarbeiten der Sekundärliteratur einfließen.

---

<sup>1</sup> Tagesschau 16.01.2009.

<sup>2</sup> Vgl. Tomševskij (2000), S. 51.

<sup>3</sup> Vgl. Jurt (1995), S. 74.

Dieser Arbeit beschäftigt sich mit der medialen Inszenierung Daniel Kehlmanns im literarischen Feld Österreichs. Dies scheint mir insofern sehr wichtig, da bei Bourdieus Feldtheorie die Massenmedien und ihre Vermittlerrolle zu kurz kommen. Meiner Ansicht nach sollten diese allerdings aus mehreren Gründen berücksichtigt werden: erstens sind sie Vermittler von Literatur an ein breites Publikum. Zweitens sind sie wichtige Zwitterwesen, die den Raum zwischen den Polen des literarischen Feldes ausfüllen: sie dienen dort als eine Form der Konsekration von KünstlerInnen und als Mittel, kommerziellen Erfolg zu erreichen. Daher können Massenmedien zur Beschreibung bzw. Rekonstruktion der Positionierung des Autors/der Autorin im Feld nicht ausgeblendet werden, da sie ein wichtiger Bestandteil des Feldes sind. Sie sind Teil der gesellschaftlichen Bedingungen der Produktion und Rezeption des Kunstwerkes.

Während die Analyse der Bedeutung von Massenmedien als Thema in diversen Texten in der wissenschaftlichen Literatur schon begonnen hat (siehe z.B. den Sammelband Künzel, Christine; Schönert, Jörg (Hg.): *Autorinszenierungen. Autorschaft und literarisches Werk im Kontext der Massenmedien*. Würzburg. Königshausen & Neumann. 2007) und die Analyse der Inszenierung von Autorschaft in literarischen Werken ebenfalls bereits wissenschaftlich thematisiert wurde (siehe z.B. Amstutz, Nathalie: *Autorschaftsfiguren. Inszenierung und Reflexion von Autorschaft bei Musil, Bachmann und Mayröcker*. Köln u.a., Böhlau. 2004), gibt es im deutschsprachigen Raum sehr wenige Untersuchungen über die Rolle der Massenmedien bei der Inszenierung von AutorInnen.

Aus diesen Beobachtungen und aus der Präsenz von Daniel Kehlmann in den Massenmedien, ließ sich folgende forschungsleitende Frage ableiten:

### **Wie sieht Daniel Kehlmanns mediale Selbstinszenierung im literarischen Feld Österreichs aus?**

Selbstinszenierung steht immer auch in Verbindung mit Fremdinszenierung durch die literarische Öffentlichkeit. In dieser Arbeit liegt der Fokus auf den direkten Äußerungen des Autors in verschriftlichten Interviews. Die Fremdinszenierung ist meiner Ansicht nach speziell bei den Printinterviews sehr gering, da diese meist autorisiert werden. Kehlmann nutzt die Medien aktiv als Inszenierungsplattform und inszeniert sich aktiv über die Themen, Bilder, Metaphern die er benutzt. Die Medien geben den Rahmen vor, Daniel Kehlmann nutzt



diesen gut aus und spielt mit den Medien. Die Inszenierung kann über Interviews direkt stattfinden. Das Wechselspiel Medien-Autor folgt erst in einem zweiten Schritt, in dem die Medien über Analysen, Kommentare oder Rezensionen urteilen. Dieser Schritt wird in der vorliegenden Arbeit auf Grund der Datenmenge nicht berücksichtigt.

Um die zentrale Frage dieser Arbeit beantworten zu können, findet in Kapitel 2 die theoretische Untermauerung dieser Arbeit statt. Wie bereits erwähnt, handelt es sich um Bourdieus Feldtheorie, die als Basis dient. Sie wird zuerst im Allgemeinen dargestellt, es werden Grundlagen beschrieben und Begriffe definiert. Anschließend werden das literarische Feld und Bourdieus Ausführungen dazu beschrieben. Ein spezieller Fokus liegt dabei auf den Kämpfen und den Mitteln zur Positionserlangung.

In Kapitel 3 wird die Kritik an Bourdieus Feldtheorie gesammelt dargestellt. Der Fokus liegt dabei auf dem nahezu vollständigen Fehlen der Massenmedien in Bourdieus Analyse des literarischen Feldes. Es wird kritisiert, dass nicht nur das Konkurrenzverhältnis, Massenmedien vs. Buch, sondern auch die wechselseitige Beeinflussung, die Funktion als Informationsmittel oder als Förderer von Positionierungsstrategien beleuchtet werden müssen. Literatursoziologische Forschungen sollten in den größeren Zusammenhang einer Soziologie der Medien eingebettet werden.<sup>4</sup>

In Kapitel 4 wird Bourdieus theoretisches Modell in die Praxis übertragen und das literarische Feld in Österreich um das Jahr 2000 beschrieben. Das inkludiert die spezifischen österreichischen Rahmenbedingungen ebenso, wie die Darstellung der Veränderungen im Feld in dieser Zeit.

Um einige Mängel an Bourdieus Feldtheorie auszugleichen, wird sie mit soziologischen Analysen von Erving Goffman ergänzt (Kapitel 5). Hier wird v.a. die alltägliche Inszenierung des Menschen in einem Exkurs beleuchtet. Dies soll einen umfassenden Blick auf das Image des Autors, der Autorin ermöglichen.

In Kapitel 6 wird das Verhältnis von Markt, Marketing, Medien und Literatur beleuchtet und die Feldtheorie mit Medientheorien ergänzt. Um die vorliegende Analyse durchführen zu können, ist es wichtig, die existierenden Rahmenbedingungen zu kennen. Dazu gehören die

---

<sup>4</sup> Vgl. Dörner; Vogt (1994), S. 123.

Ökonomisierung des Literaturbetriebes und die Rolle der Massenmedien für den literarischen Markt. Es wird weiters die Rolle des authentischen Images für den Autor, die Autorin erläutert und der Bezug zu Bourdieus Feldtheorie hergestellt. Welche Mittel und Inszenierungspraktiken dabei genutzt werden können, wird sowohl theoretisch als auch praktisch in einem Unterkapitel zu Künstlerinszenierungen behandelt. So zeigt z.B. Aichinger, wie sich AutorInnen mittels Autobiografien selbstinszenierten, wie etwa Goethe, Immermann oder Fontane sich in ein bestimmtes Licht zu stellen versuchten.<sup>5</sup>

In Kapitel 7 wird Daniel Kehlmann biografisch vorgestellt und sein Habitus - soweit bekannt - dargestellt. Die die charismatische Vorstellung vom Schriftsteller als „Schöpfer“, der Schriftstellerin als „Schöpferin“ soll aufgebrochen werden. Sie führt dazu, alles auszuklammern, was mit der Position des Autors, der Autorin innerhalb des Produktionsfeldes und dem sozialen Werdegang zusammenhängt.<sup>6</sup> Darum sollen auch die biographischen Aspekte in diese Arbeit einfließen.

Die Literaturwissenschaftlerin Polt-Heinzl charakterisiert den Daniel Kehlmann wie folgt: „Der 31-jährige Kehlmann gilt als Symbolfigur der von den Medien ausgerufenen neuen Erzählergeneration“.<sup>7</sup> Doch ist er dies wirklich? Gibt es dazu kritische Stimmen? Welche Rolle spielen die Medien in diesem Zusammenhang? Wie ist die Charakterisierung seines ehemaligen Lektors zu bewerten, der ihn als sehr belesen, einen Wissenden über süd- und nordamerikanische Literatur, aber auch einen „normalen“ Jugendlichen, der „Die Simpsons“, „Southpark“ und Computerspiele liebt, beschreibt?<sup>8</sup> Diese Fragen sollen in diesem Kapitel beantwortet werden. In einem Unterkapitel wird das Produkt Daniel Kehlmann analysiert.

Anschließend werden das Forschungsinteresse und die dazu gehörenden Forschungsfragen näher erörtert (Kapitel 8). Ebenso wird das methodische Vorgehen in einem eigenen Kapitel (9) dargelegt.

In Kapitel 10 wird das ausgewählte Material analysiert. Schritt für Schritt werden die Ergebnisse der qualitativen Inhaltsanalyse zur Beantwortung der Forschungsfragen zusammengefasst. Nach einer Zusammenfassung der Ergebnisse (Kapitel 11) folgt noch abschließend ein Ausblick (Kapitel 12).

---

<sup>5</sup> Vgl. Aichinger (1977).

<sup>6</sup> Bourdieu (2001), S. 306.

<sup>7</sup> Polt-Heinzl, (2006), S. 8.

<sup>8</sup> Vgl. Ahrend (2008), S. 69-72.

Joch kommt in seinem Aufsatzes „Feldtheorie als Provokation der Literaturwissenschaft“ zu dem Schluss, dass es wünschenswert wäre, dass feldtheoretische Arbeiten in Zukunft verstärkt auf den Faktor Massenmedien fokussieren. Denn Film, Fernsehen, Radio und Internet sind einerseits zwar Konkurrenten im Kampf um das knappe Gut Aufmerksamkeit, andererseits können sie Verstärker im feldinternen Kampf sein.<sup>9</sup> Eben diese Verstärkerfunktion wird in der vorliegenden Arbeit analysiert.

---

<sup>9</sup> Vgl. Joch (2005), S. 23.



## 2 Bourdieu und das Feld

Wie bereits in der Einleitung beschrieben wurde, bildet die Feldtheorie des französischen Soziologen Pierre Bourdieu den maßgeblichen theoretischen Rahmen dieser Arbeit. Im folgenden Kapitel soll zuerst ein Überblick über Bourdieus theoretisches Modell. Da es nicht möglich ist, alle Aspekte bzw. Felder dieser in der gebotenen Kürze darzustellen, werden zuerst nur die Grundzüge dargestellt und Begriffe erklärt. In einem nächsten Unterkapitel (2.2) wird das literarische Feld detailliert in seinem ganzen theoretischen Umfang erläutert. Aus Gründen der allgemeinen Verständlichkeit wird die Kritik an Bourdieus Feldtheorie im nachfolgenden Kapitel (3) gesammelt dargestellt und kommentiert. Als letzter Schritt wird das theoretische Konzept anhand des für diese Arbeit grundlegenden österreichischen Feldes in einem weiteren Kapitel (4) in die Praxis übertragen.

### 2.1 *Feldtheorie - Eine kurze Einführung*

Ein Feld ist für Bourdieu ein Kraft- und Machtfeld, in dem verschiedene Individuen und Institutionen miteinander (inter)agieren. Die einzelnen Akteure können nur verstanden werden, wenn man sie in das System „Feld“ einordnet.<sup>10</sup> Das Modell des Feldes dient Bourdieu dazu, die Positionen der AkteurInnen innerhalb eines Feldes anzuzeigen und die Regeln für das jeweilige Feld festzuschreiben.<sup>11</sup>

Man kann sich das Konzept etwa als Fußballfeld, zumindest aber als Spielfeld vorstellen. Jede Person im Spielfeld interagiert mit den anderen Spielern, alle bewegen sich in diesem Feld, kennen und halten sich in einem gewissen Maß an die Regeln.

In seiner Darstellung der Feldtheorie beschreibt der französische Soziologe Pierre Bourdieu die Gesellschaft als ein System von Feldern, die bestimmte interne und externe Regeln haben. Die Felder interagieren zusätzlich untereinander. Schwingel meint dazu, dass man die einzelnen Felder als intelligible Orte sozialer Praxisformen aufzufassen hat und man schlicht von Praxisfeldern sprechen kann.<sup>12</sup> Jede Gesellschaft ist also in mehrere Subfelder unterteilt, die, je nach Feld, Gesellschaft und Zeitpunkt, einen unterschiedlichen Grad an Autonomie und eine abweichende Struktur aufweisen. Dabei ist das Feld als ein Netz objektiver Beziehungen zu verstehen.<sup>13</sup>

---

<sup>10</sup> Vgl. Jurt (1995), S. 81f.

<sup>11</sup> Vgl. Jurt (2009), S. 370.

<sup>12</sup> Vgl. Schwingel (2005), S. 82.

<sup>13</sup> Vgl. Bourdieu (1997), S. 72.

„Die Feldtheorie unterscheidet sich vor allem dadurch von anderen Positionen, dass sie nicht auf einer allgemeinen Theorie der Gesellschaft beruht. Zentraler Gegenstand der Theorie ist nicht `die` Gesellschaft, sondern das Soziale (...)“<sup>14</sup>. Im Gegensatz zu vielen anderen soziologischen Theorien, will Bourdieu damit also nicht die Gesellschaft an sich beschreiben, sondern Gesellschaft in Felder einteilen, die man als soziale Strukturen für sich analysieren kann.

Um die jeweiligen Handlungen messen und die Positionen einordnen zu können, definiert Bourdieu drei Grundarten von Kapital als „Währungen“: das ökonomische, das kulturelle und das soziale.

Das ökonomische meint monetäre und materielle Mittel. Es ist unmittelbar in Geld konvertierbar. Das kulturelle Kapital definiert die kulturelle Macht bzw. Stellung des Akteurs. Es ist z.B. durch akademische Titel oder Preise messbar. Das soziale Kapital meint die Maßeinheit, in der die gesellschaftliche und machtpolitische Stellung gemessen wird. Es ist in einigen Gesellschaften etwa in Form von Adelstiteln messbar.<sup>15</sup>

Bourdieu führt u.a. für das literarische Feld noch eine Form von Kapital ein, das symbolische Kapital. Symbolisches Kapital definiert den Wert, den ein Akteur oder ein Produkt im jeweiligen Feld hat. Es handelt sich dabei um einen nicht materiellen Wert, der nur innerhalb eines Feldes gültig ist. Innerhalb des Subfeldes ist er allerdings der Wichtigste zur Bestimmung der Position. Symbolisches Kapital kann unter Umständen in ökonomisches Kapital umgewandelt werden, wenn etwa ein Künstler, eine Künstlerin lange genug avantgardistische Literatur produziert, in den Kanon übergeht und sich damit seine, ihre Verkaufszahlen erhöhen.

Der symbolische Wert der kulturellen Produktion und damit das symbolische Kapital des Künstlers, der Künstlerin existiert aber nicht an und für sich, sondern wird von den feldinternen MitspielerInnen und den Selektions- und Konsekrationsinstanzen wie VerlegerInnen, Jurys, KritikerInnen etc. geschaffen<sup>16</sup>. Wie sich dies im literarischen Feld konkret ausdrückt, wird im folgenden Unterkapitel (2.2) näher erläutert.

---

<sup>14</sup> Jurt (1995), S. 75.

<sup>15</sup> Vgl. Bourdieu (1992/1997) S. 1-2.

<sup>16</sup> Vgl. Jurt (1995), S. 85-92

Der wichtigste Faktor für die Bestimmung des symbolischen Kapitals und damit der Positionierung ist das Subjekt selbst und das ganze Universum, dass sich in ihm äußert und ihn mitbestimmt.<sup>17</sup> Bourdieu nennt dies Habitus. Habitus ist ein System von dauerhaften Dispositionen, inkorporiertem und folglich individualisiertem Sozialem, das in die Verhaltensweisen der AkteurInnen übernommen wird. Dazu zählt neben familiärer Sozialisation, Bildung und das gesellschaftliche Umfeld. „Der Habitus stellt, wie das Wort schon sagt, etwas Erworbenes und zugleich ein ‘Haben’ dar, das manchmal als Kapital funktionieren kann; er lässt sich nicht länger, wie in der idealistischen Tradition geschehen, einem transzendentalen Subjekt zusprechen.“<sup>18</sup> Habitus ist dementsprechend die Art und der Stil, die sich Akteure selbst geben: Haltung, Gang, Gestik etc.<sup>19</sup> Er äußert sich im Wesen und im Werk des Akteurs. Eine nähere Ausführung zum Habitus und seiner Bedeutung im literarischen Feld folgt im folgenden Kapitel (2.2).

Die Erlangung einer Position im Feld geschieht also nicht willkürlich, sondern hängt von den diversen Feldinstitutionen und dem Habitus der Person ab. Hinzu kommen noch gewisse Spielregeln, der Spielraum und die Einsätze, die für jedes Feld „definiert“ sind.<sup>20</sup> Diese sind je nach Feld, Zeitpunkt und Kulturraum unterschiedlich. So sind die Mechanismen für einen erfolgreichen Durchbruch auf dem literarischen Markt in Deutschland und Österreich unterschiedlich.

Neben den jeweiligen internen Mechanismen des Feldes gibt es auch noch externe Regeln und Mechanismen, die die Position des Feldmitgliedes mitbestimmen bzw. eine Neupositionierung ermöglichen. So gibt es objektive, das heißt vom Willen und Bewusstsein der Akteure relativ unabhängige, Strukturen und Regeln. Etwa unterliegen die Akteure äußeren Zwängen, welche Gleichsam ein Gegenstück zu den inneren, habituell bedingten Zwängen darstellen.<sup>21</sup>

So sind KünstlerInnen und SchriftstellerInnen im Feld der Macht einerseits dominant, weil sie über kulturelles Kapital verfügen, das ihnen Privilegien verleiht, andererseits dominiert, da sie über die strukturelle Domination, die über die globalen Mechanismen des Marktes erfolgt, beherrscht werden.<sup>22</sup>

---

<sup>17</sup> Vgl. Jurt (2008a S.21.

<sup>18</sup> Bourdieu (2001), S. 286.

<sup>19</sup> Vgl. Jenkins (2002), S. 75.

<sup>20</sup> Vgl. Schwingel (2005), S. 95.

<sup>21</sup> Vgl. Schwingel (2005), S. 82f

<sup>22</sup> Vgl. Jurt (1995), S. 85-92.

Auch wenn alles, was im Feld passiert, viel mehr eine Geschichte des Feldes und wiederum nur an dieses gebunden ist, seine Struktur primär an seine eigene Geschichte gebunden und nicht all zu sehr vom gesellschaftlichen Universum ableitbar ist<sup>23</sup>, gibt es Interaktion zwischen den einzelnen Feldern, z.B. gibt es Interaktionen zwischen dem Feld der Ökonomie und dem literarischen Feld. In der heutigen Gesellschaft scheint der Einfluss des ökonomischen Feldes besonders stark zu sein, doch im Konzept der Feldtheorie sind diese Verhältnisse zwischen den einzelnen Feldern nie ein für alle Mal fixiert und können sich schnell ändern.<sup>24</sup>

Auf Basis des eben beschriebenen, zeigt sich, dass das Feld immer auch ein Kampffeld ist. Es herrscht immer Kampf zwischen den Akteuren, den Polen, zwischen den Herrschenden und den Beherrschten.<sup>25</sup> Eine Position wird also nie dauerhaft eingenommen, sondern muss immer aufs Neue verteidigt werden. Der Inhaber, die Inhaberin kann diese aber aufgeben oder selbst ändern. Die Positionen sind in einem ständigen Fluss.

Jurt stellt für das Feld zwei Grundstrategien fest: „(...) die Strategie der Erhaltung der Struktur des Feldes, die eher von den Dominanten vertreten wird, und die Strategie der Dominierten, die an einer Veränderung oder an einem Umsturz interessiert sind.“<sup>26</sup> Wobei darauf hingewiesen werden muss, dass auch die schärfsten Revolutionäre das Feld nicht abschaffen wollen: alle MitspielerInnen, auch die revolutionärsten, akzeptieren das Feld zumindest in seinem Grundsystem. Wie die konkreten Strategien in der Praxis des literarischen Marktes aussehen, wird in Kapitel 6 ausgeführt.

Die Identität jedes Feldes hängt von vier Prinzipien ab:

1. Der Konstitution des Feldes als autonomes Feld der Praxis.
2. Der Ordnung im Feld als hierarchische Struktur des Feldes.
3. Dem Kampf im Feld als Eigendynamik des Feldes.
4. Der Reproduktion des Feldes als Bedingung seiner sozialen Dauer in der Praxis.<sup>27</sup>

Die Analyse der Struktur des Feldes zeigt also die Machtverhältnisse aller, die im Spielfeld interagieren, also aller MitspielerInnen. Die Positionen ergeben sich aus dem spezifischen

---

<sup>23</sup> Vgl. Bourdieu (2001), S. 471.

<sup>24</sup> Vgl. Jurt (2008b), S.7-8.

<sup>25</sup> Vgl. Jurt (2008a), S.92-94.

<sup>26</sup> Jurt (2008b), S.8.

<sup>27</sup> Vgl. Papilloud (2003), S. 59.



Kapital, dem Habitus, den Konsekrationsinstanzen und den anderen bereits positionierten Akteuren.

## **2.2 Das literarische Feld**

Bourdieu unterstreicht in seiner grundlegenden Arbeit zum literarischen Feld, „Die Regeln der Kunst“, die Wichtigkeit der Analyse von gesellschaftlichen Bedingungen der Produktion und Rezeption, um so das Kunstwerk umfassend zu verstehen.<sup>28</sup> Damit steht nicht unbedingt eine Refokussierung auf eine autorzentrierte Interpretation im Vordergrund, sondern ein Wiedereinbeziehen des Autors nach dem „Tod des Autors“ und eine erstmalige Einbeziehung der Umstände der Produktion des Werkes in die Interpretation.

Für Bourdieu ist das literarische Feld ein Feld von Kräften, die auf all jene, die in es eintreten, auf unterschiedliche Weise einwirken und zur gleichen Zeit ein Feld von Konkurrenzkämpfen, die nach Veränderung oder Bewahrung jenes Kräftefeldes streben. Dies hängt allerdings sehr stark von der besetzten Stellung der Person ab.<sup>29</sup> Jeder Akteur, jede Akteurin kämpft immer wieder mit den anderen um die Bewahrung und Veränderung dieses Kräftefeldes: „Das generierende und vereinheitlichende Prinzip dieses `Systems´ ist der Kampf selbst.“<sup>30</sup>

Jeder Autor, jede Autorin befindet sich also in diesem Feld und ist Teil dieses Gefüges. Dabei oszilliert er oder sie zwischen den zwei Polen des Feldes: der Ebene der reinen Produktion, die nur für einen eingeschränkten Markt der Produzenten bestimmt ist (Avantgardeliteratur), und der Ebene der Massenproduktion, die sich an den Erwartungen des Publikums ausrichtet.<sup>31</sup>

Das literarische Feld ist je nach Kulturraum und Zeitpunkt unterschiedlich autonom und unabhängig von anderen Feldern. Auch wenn das literarische Feld zurzeit relativ abgängig vom Feld der Ökonomie zu sein scheint, so räumt es der umgekehrten Ökonomie viel Platz ein. Feldinterne Mechanismen bestimmen sehr stark den Wert von Literatur. Dies zeigt sich bei der spezifischen Logik der symbolischen Güter: Auf Seite des avantgardistischen Pols erfolgt keine Unterordnung unter die Nachfrage, es kommt zu einer absoluten Unabhängigkeit vom Markt und seinen Ansprüchen. Es wird gegen die Marktlogiken produziert, was dazu

---

<sup>28</sup> Vgl. Bourdieu (2001), S. 14.

<sup>29</sup> Vgl. Bourdieu (1997), S. 34.

<sup>30</sup> Bourdieu (2001), S. 368.

<sup>31</sup> Vgl. Bourdieu (2001), S. 198-200.

führt, dass es sich meist um Literatur handelt, die als L'art pour l'art nur für einige andere AutorInnen existiert. Der Publikums- und damit der finanzielle Erfolg werden bewusst nicht erreicht. Im Gegensatz dazu steht die totale Anpassung an den Publikumsgeschmack.

Die Extremwerte, totale Marktanpassung und totale Anpassung an die Logik symbolischer Güter, werden nahezu nie erreicht. Die AutorInnen können sich viel mehr zwischen diesen Polen positionieren und während ihrer Schaffensphase eine neue Position in diesem Koordinatensystem einnehmen.<sup>32</sup>

Der Autor, die Autorin ist aber nicht nur durch seine Positionierung zum Markt bzw. zur hohen Kunst zu verstehen. Er ist immer auch als ein Produkt von Habitus zu verstehen, der unter bestimmten sozialen Bedingungen gestaltet wurde und wird. Er definiert sich anhand der „neutralen“ Position des Freiberufers innerhalb der herrschenden Klasse, der Position des Kindes in einer Familie, abhängig von Geburtsrang und Schulbildung und durch seine jeweilige Position innerhalb des literarischen Produktionsfeldes, die er bereits inne hält. Kurz: Der soziale Habitus klärt die Frage, was und wer ein Autor, eine Autorin sein muss, um seine Position im literarischen Feld innehaben zu können.<sup>33</sup>

Die aktuelle Position wird immer wieder durch ein neues Kunstwerk mitbestimmt und verändert. Dessen Wert bestimmt der Künstler, die Künstlerin nur zu einem geringen Prozentsatz selbst. Denn es gibt spezifische Regeln wie ein Feld organisiert ist, dies ist sowohl von Feld zu Feld als auch von Kulturraum zu Kulturraum verschieden. Der Produzent des Wertes des Kunstwerkes ist nicht der Künstler, die Künstlerin alleine, sondern das gesamte Produktionsfeld als ein Glaubensuniversum, das mit dem Glauben an die schöpferische Macht des Künstlers, der Künstlerin den Wert des Kunstwerkes als Fetisch schafft. Der Wert definiert sich durch die Gesamtheit der Akteure die am Kunstwerk mitwirken: KritikerInnen, VerlegerInnen, HändlerInnen, alle politischen und administrativen Stellen (z.B. als Förderstipendien) etc.<sup>34</sup> Im Unterkapitel 2.2.3 Konsekrationsmechanismen wird darauf näher eingegangen.

Um das literarische Feld in seinen Grundzügen zu beschreiben, muss noch erwähnt werden, dass es Verbindungen zwischen den Feldern gibt, wie etwa zwischen den Feldern der Macht und dem der Literatur oder zwischen dem ökonomischen Feld und dem literarischen Feld. Diese können offen sein, wie etwa die mannigfaltigen Bedeutungen der Wirtschaft für die

---

<sup>32</sup> Vgl. Bourdieu (2001), S. 227-228.

<sup>33</sup> Vgl. Bourdieu (2004), S. 202-203.

<sup>34</sup> Vgl. Bourdieu (2001), S. 362.

Produktion von Literatur, oder verdeckt, wie z.B. die Probleme zwischen AutorInnen und Vertretern des Machtfeldes, die sich etwa in politischem Druck oder Sanktionen äußern.<sup>35</sup>

### 2.2.1 Die Kämpfe um die Position

Innerhalb des literarischen Feldes geht es, wie bereits kurz erwähnt, um Definitionskämpfe, um die Definition, wer SchriftstellerIn ist und wer nicht, und damit um die Begrenzung der Population.<sup>36</sup>

Innerhalb des Feldes kommt es nie zu einem Stillstand, es herrscht ein ständiger Kampf. Dieses Ringen um Positionen ist sehr stark durch den Eintritt neuer AutorInnen in das Feld bzw. deren Kampf um eine Position geprägt. Bourdieu stellt dazu fest:

„(...) die großen Umwälzungen entspringen dem Einbruch von Neuankömmlingen, die, durch die bare Wirkung ihrer Anzahl und ihrer sozialen Eigenschaften, Neuerungen auf dem Gebiet der Produkte oder Produktionsverfahren einführen und in einem Produktionsfeld, das sich selbst Markt ist, die Durchsetzung eines neuen Modus' der Bewertung der Produkte anstreben oder fordern<sup>37</sup>.“

Die Intensität dieses Wettbewerbes hängt sehr stark von der Qualität und Quantität der neu hinzuströmenden AkteurInnen ab.<sup>38</sup> Im literarischen Betrieb bedeutet das, dass der Kampf stärker ist, je größer die Anzahl der Konkurrenten ist und oder je stärker diese sich qualitativ unterscheiden. So war der Erfolg der Vampirgeschichtenreihe „Biss...“ Anfang des neuen Jahrtausends leichter zu erreichen als er dies für die epigonenhafte Geschichtenreihe „Vampire Academy“ einige Jahre später war. Diese Position war bereits besetzt.

Der Anstoß zur Veränderung erfolgt deshalb nahezu definitorisch von den Neuzugängen, da sie das wenigste spezifische Kapital haben und deshalb ihre Identität einführen und behaupten müssen. Um anerkannt zu werden, müssen sie mit ihren neuen Denk- und Ausdrucksweisen den Bruch mit den geltenden Denkweisen durchsetzen und sich gegen die akzeptierten oder sogar kanonisierten AutorInnen abgrenzen bzw. auflehnen. Die Ablehnung der poetischen Arbeit der Alten kann dabei fast schon parodistisch sein.<sup>39</sup>

---

<sup>35</sup> Vgl. Bourdieu (2001), S. 103.

<sup>36</sup> Vgl. Bourdieu (2004), S. 57-58.

<sup>37</sup> Bourdieu Bourdieu (2004), S. 60.

<sup>38</sup> Vgl. Bourdieu Bourdieu (2004), S. 116.

<sup>39</sup> Vgl. Bourdieu (1997), S. 87-88.

Die Auseinandersetzung findet zwischen den zwei Hierarchisierungsprinzipien eines Feldes statt: dem heteronomen Prinzip, das diejenigen begünstigt, die das Feld ökonomisch und politisch beherrschen, und dem autonomen Prinzip, das seine radikalsten Verfechter dazu treibt, sich nur der reinen Kunst zu widmen und irdisches Scheitern als Zeichen der Erwähltheit anzusehen. Sie sehen den Erfolg als Mal der Auslieferung an den Zeitgeschmack. Heteronomie entsteht durch Nachfrage (Mäzen oder Publikum), Autonomie durch interne Konsekrationsinstanzen, etwa Anerkennung durch andere (nicht etablierte) KünstlerInnen oder Akademien.<sup>40</sup>

In einer seinen wenigen und meist sehr kurzen Thematisierungen der Rolle von Medien im literarischen Feld, hält Bourdieu fest, dass KünstlerInnen Anfang der 1990er durch ihre Unterwürfigkeit gegenüber der Presse getrennt seien. Einer wird anerkannt und von der Presse gesucht, etwa als Kommentator innenpolitischer Ereignisse. Der autonome Künstler, die autonome Künstlerin verweigert sich dem, da er dieses Vorgehen als ein Symptom für käufliche Interessen sieht und an ökonomischen und politischen Profiten nicht interessiert ist.<sup>41</sup>

Zwei weitere Besonderheiten des literarischen Feldes sind seine relativ hohe Durchlässigkeit und die hohen Diversität. So ist nicht viel ökonomisches Kapital nötig um eine respektable Position innezuhalten, im Gegensatz zum ökonomischen Feld. Dafür ist das literarische Feld ein eher unsicherer Ort, weil es nur vage Positionen gibt, die nicht fertig ausgestaltet sind und wenig kodifiziert sind. Auch sind die meisten Positionen ökonomisch höchst unsicher und es ist oft ein zweiter Beruf oder ein zweites künstlerisches Standbein nötig, um finanziell überleben zu können.<sup>42</sup> Die Diversität bildet sich im Habitus eines jeden Akteurs, einer jeden Akteurin ab: in keinem Feld sind diese so unterschiedlich ausgestattet.

Aus all den eben erwähnten Charakteristiken ergibt sich, dass das literarische Feld ein sehr dynamisches ist mit ständig wechselnden Avantgarden. Es evoziert so eine ständige Innovation und treibt die literarische Entwicklung voran.<sup>43</sup>

---

<sup>40</sup> Vgl. Bourdieu (2001), S. 344-345.

<sup>41</sup> Vgl. Bourdieu (2001), S. 346.

<sup>42</sup> Vgl. Bourdieu (2001), S. 358-360.

<sup>43</sup> Vgl. Holler (2003), S. 18.

### 2.2.2 Die Mittel der Positionierung

Grundsätzlich besteht das literarische Feld aus etablierten AutorInnen, die der Orthodoxie zuzurechnen sind, und den neu ankommenden Häretikern. Die Orthodoxie wird von den AutorInnen der bereits kanonisierten Avantgarde vertreten, die jenes spezifische Kapital monopolisieren, das die Grundlage von Macht im literarischen Feld bildet. Die das Feld beherrschenden arrivierten AutorInnen versuchen nach und nach sich auch auf dem ökonomischen Markt durchzusetzen und immer lesbarer und verständlicher zu werden. Damit kann symbolisches Kapital in ökonomisches umgewandelt werden. Neuankömmlinge sind dagegen nur mit ihrer Überzeugung und ihrer Kompromisslosigkeit als „Vermögen“ ausgestattet. Wenn sich auf dem Markt ein neuer Produzent, eine neue Produzentin, ein neues Produkt oder ein neues Geschmackssystem durchzusetzen beginnt, bedeutet das zusätzlich, dass bisher legitime ProduzentInnen, Produkte und Geschmackssysteme ein Stück weit in die Vergangenheit verschoben werden.<sup>44</sup>

Neuankömmlinge bedienen sich meist der Strategien der Häresie. Ihre Positionen haben noch wenig symbolisches Kapital akkumulieren können, sie versuchen dementsprechend den Bruch mit dem Bestehenden und veranlassen die Orthodoxie zur Verteidigung der Doxa.<sup>45</sup> Dies geschieht auf inhaltlicher und stilistischer Ebene, aber auch bezüglich der gesellschaftspolitischen Rolle des Autors, der Autorin.

Bourdieu konstatiert: „Neuankömmlinge können gar nicht anders, als die kanonisierten Produzenten, an denen sie sich messen, und damit auch deren Produkte und den Geschmack derer, die an sie gebunden bleiben, *stetig in die Vergangenheit zurückzuweisen (...)*“<sup>46</sup>. Nur damit können sie Legitimität erlangen.

Sie müssen, so Bourdieu, sich zuerst am symbolischen Kapital orientieren und die Orientierung an kommerziellen Profit ablehnen. Sie müssen sich der reinen Kunst widmen und sich damit einen Namen machen. Das bedeutet zwar einen längeren Produktionszyklus, ein Warten auf die Akzeptanz der kulturellen Institutionen und ein Vorgehen, das gänzlich auf die Zukunft gerichtet ist. Allerdings können sie mit genügend symbolischem Profit dieses dann zu ökonomischen konvertieren. AutorInnen die sich an kurzen Produktionszyklen orientieren und durch die Anpassung an erforschbare Nachfrage sowie Verfahren der Verkaufsförderung, wie etwa Werbung, den ökonomischen Erfolg beschleunigen, erreichen

---

<sup>44</sup> Vgl. Bourdieu (2001), S. 257.

<sup>45</sup> Vgl. Holler (2003), S.17.

<sup>46</sup> Bourdieu (2001), S. 254.

zwar einen schnelleren Eingang der Profite, durch die rasche Zirkulation, aber auch eine rasche Veralterung und sie werden im Feld nicht über lange Zeit bestehen können.<sup>47</sup>

Die Mittel, die einem Autor, einer Autorin für die Erlangung, respektive der Verteidigung einer Position, zur Verfügung stehen, sind neben der stilistischen und inhaltlichen Positionierung die Wahl des Publikationsortes bzw. die Entscheidung, in welcher Zeitschrift, Zeitung oder TV/Radio-Sendung er, sie ein Interview gibt<sup>48</sup>.

Bourdieu betonte immer wieder, dass schöpferisch tätig zu sein bedeute, sich, wenn auch nur auf indirekte Weise, an die Öffentlichkeit zu wenden. Man definiert seine Beziehungen zu anderen AkteurInnen, zu Peers, KritikerInnen, LeserInnen, HerausgeberInnen, durch Imitieren oder Ablehnen. Sie alle verfügen über die Macht zur Profilierung eines Werkes in der Öffentlichkeit.<sup>49</sup> All diese Interaktionen sind demnach Mittel der Positionierung.

In Mosers Analyse über Gewinnen und Verlieren beim Ingeborg-Bachmann-Wettbewerb, die sich sehr stark mit der Inszenierung in Medien beschäftigt, wird darauf hingewiesen, dass Habitus und Inszenierung, wegen der zunehmenden Bedeutung der Medienlogiken im literarischen Betrieb, immer wichtiger werden. Presse und Fernsehen (jegliche Online-Medien müssten 2012 noch ergänzt werden) vermitteln zwischen den kulturellen, sozialen und ökonomischen Werten, indem sie Aufmerksamkeit generieren und verteilen. Dies vollzieht sich nach medialen bzw. medien-ökonomischen Regeln.<sup>50</sup>

Um symbolisches (und ökonomisches) Kapital zu erlangen, braucht es Aufmerksamkeit, die hauptsächlich über Massenmedien hergestellt wird. Zu viel Inszenierung kann aber auch schaden, da v.a. zu viel Entertainment den Regeln des literarischen Feldes widersprechen, wie Moser am Beispiel des Autors Urs Allemann demonstriert<sup>51</sup> (siehe auch Kapitel 6.4).

Die Möglichkeit eines Umsturzes ist im literarischen Feld immer gegeben. Dies liegt v.a. daran, dass es wenig institutionalisiert ist.<sup>52</sup> Daraus ergibt sich, dass die Herrschaft im literarischen Feld nur eine temporäre ist<sup>53</sup>.

---

<sup>47</sup> Vgl. Bourdieu (2001), S. 228-229

<sup>48</sup> Vgl. Bourdieu (2001), S. 267.

<sup>49</sup> Vgl. Pinto (1997), S. 17.

<sup>50</sup> Vgl. Moser (2009), S.192-193; S. 203.

<sup>51</sup> Vgl. Moser (2009), S. 191-192.

<sup>52</sup> Vgl. Bourdieu (2001), S. 378.

<sup>53</sup> Vgl. Pinto (1997), S. 18.

Die Mittel der Inszenierung sind für den Künstler, die Künstlerin also nicht nur in seiner Eintrittsphase essentiell, sondern sind immer und immer wieder einzusetzen. Dies können immer dieselben Mittel sein, sie können aber auch an die neue Position angepasst werden.

### **2.2.3 Konsekrationsmechanismen**

Für die Positionierung eines Autors, einer Autorin sind neben der gewählten Strategie und den dafür eingesetzten Mitteln v.a. die Konsekrationsmechanismen und die dazugehörigen Instanzen von immenser Bedeutung.

Für jedes Feld existieren äußere und innere Hierarchisierungsprinzipien bzw. Konsekrationsmechanismen. Bei Äußeren handelt es sich um eine Anerkennung durch AußenakteurInnen. Darunter fallen Auszeichnungen durch die Politik, öffentliche Bekanntheit und Publikumserfolg. Auf der anderen Seite gibt es ein inneres Hierarchisierungsprinzip, das keine Rücksicht auf Öffentlichkeiten nimmt und keine Zugeständnisse an diese gibt. Es ist nur wichtig, dass der Künstler unter anderen künstlerischen Autoritäten bekannt und anerkannt ist. Diese Ebene ist v.a. in der Anfangsphase wichtig<sup>54</sup>.

Das Verhältnis zwischen äußeren und inneren Hierarchisierungsprinzipien bestimmt die Autonomie eines Feldes. Eine hohe Autonomie bedeutet, dass die Macht bei den internen Konsekrationskräften liegt und gleichzeitig, dass eine höhere Reflexivität vorzufinden ist. Niedrige Autonomie bedeutet ein starkes Einwirken anderer Felder auf die Hierarchie.<sup>55</sup> Fest zu halten ist aber, dass sich der Grad der Unabhängigkeit sehr stark nach Epochen unterscheidet<sup>56</sup>, etwa von potenten Mäzenen, die die Kunst fördern, oder auch den jeweiligen Zensurbestimmungen.

Das literarische Feld ist nicht völlig unabhängig von anderen Feldern, v.a. die Felder der Macht und der Ökonomie üben großen Einfluss aus. Der Stand der Kräfteverhältnisse hängt für Bourdieu sehr stark von der Unabhängigkeit ab, über die das Feld insgesamt verfügt.<sup>57</sup>

Holler betont, dass feldexterne Zwänge und Normen auf das literarische Feld wirken. Diese können aber nicht direkt im Feld abgelesen werden, sondern sie werden viel eher durch die Struktur des literarischen Feldes abgebildet.<sup>58</sup>

---

<sup>54</sup> Vgl. Bourdieu (1997), S. 39.

<sup>55</sup> Vgl. Bourdieu (2001), S. 384.

<sup>56</sup> Vgl. Bourdieu (2001), S. 44.

<sup>57</sup> Vgl. Bourdieu (2001), S. 38.

<sup>58</sup> Vgl. Holler (2003), S. 20.

Wie bereits kurz erwähnt, handelt es sich bei den Konsekrationsmechanismen im literarischen Feld um eher schwach ausgebildete. Im literarischen Feld findet man im Gegensatz zum universitären Feld einen sehr geringen Kodifizierungsgrad und eine hohe Durchlässigkeit der Grenzen.<sup>59</sup> Für Bourdieu gibt es keine „echten Schiedsrichter“ als Legitimationsinstanz für das literarische Feld. Allerdings fungieren Akademien und Universitäten als schwache Konsekrationsinstanzen, die versuchen das literarische Feld durch „Jurisdiktion“ zumindest zu organisieren. Sie kanonisieren und bestätigen Werke; sie schaffen „Klassiker“.<sup>60</sup>

Die Konsekration hängt zusätzlich von allen ab, die den Künstler, die Künstlerin entdecken und die ihm die Weihe geben, wie etwa KritikerInnen, SchreiberInnen von Vorworten, HändlerInnen, LiteraturagentInnen, LektorInnen, VerlegerInnen und dergleichen. Inwiefern Massenmedien dazu zählen, ist bei Bourdieu an keiner Stelle konkret ausgeführt. Einzig an einer Stelle meint er dazu, dass KünstlerInnen von dem ganzen Gefolge von Kommentaren und KommentatorInnen, noch nie so abhängig waren wie heute (1992).<sup>61</sup>

Kritisch sieht Bourdieu, dass es KünstlerInnen gibt, die sich den externen Mechanismen andienen. So meint er, dass KünstlerInnen mit geringem spezifischen Kapital eher geneigt sind, sich den Beanspruchungen äußerer Mächte, wie etwa dem Staat, den Parteien, ökonomischen Kräften oder dem Journalismus, zu unterwerfen. Damit können sie sich von außen eingeführter Mittel zur Regelung innerer Auseinandersetzungen bedienen.<sup>62</sup>

Bourdieu's Beispiele und Ausführungen für diese These sind sehr extrem, wie etwa die Andienung von Literaten an Diktaturen. Deshalb bleibt fraglich, ob diese These in dem Ausmaß noch immer auf moderne Mediengesellschaften im Mitteleuropa des 21. Jahrhundert zutrifft.

---

<sup>59</sup> Vgl. Bourdieu (1997), S. 61-62.

<sup>60</sup> Vgl. Jurt (1995), S. 90-92.

<sup>61</sup> Vgl. Bourdieu (2001), S. 271-275.

<sup>62</sup> Vgl. Bourdieu (1997), S. 54.



### 3 Kritik an Bourdieus Feldtheorie

Neben kleinen Kritikpunkte, wie etwa Dörners Relativierung, dass die Feldposition, die sich ein Akteur im Laufe der Zeit erkämpft hat, zwar Wahrscheinlichkeiten für Zukünftiges eröffne, mehr aber nicht <sup>63</sup>, zeigen sich immer wieder grundlegende Kritikpunkte an Bourdieus Feldtheorie.

Holler kritisiert den grundsätzlichen Ansatz der Feldtheorie als sehr idealistisch, da sich immer wieder wertende Aussagen darin finden. Sie erachtet die Bourdieu'sche Feldtheorie zwar als ein überaus fruchtbare Instrumentarium zur Beschreibung literarischer Kontinuitäten und Umbrüche. Sie betont aber, dass die Theorie doch Grenzen habe: Allen voran in den Bereichen wo sie normativ wird, indem sie für die autonome Kunst Partei ergreift, zeigt sie Schwächen. <sup>64</sup>

Ein anderes großes Problem von Bourdieus literatursoziologischen Analysen ist das Alter der Analyse bzw. das Alter der genutzten Daten. „Die Regeln der Kunst“ („Les Règles de l'art“), die Hauptanalyse des literarischen Feldes, erschien in der deutschen Übersetzung im Jahr 1999, das französische Original ist aus 1992. Hinzukommt, dass sich die Analyse teils auf empirische Daten aus den 1970ern gründet. <sup>65</sup> Damit fehlen dem Modell die gesellschaftlichen, politischen und ökonomischen Entwicklungen der letzten Jahrzehnte, wie z.B. der Zusammenbruch der Sowjetunion, Globalisierung oder die vielen Veränderungen durch die Digitalisierung.

Diese Veränderungen zeigen sich u.a. darin, dass die herkömmliche kulturelle Produktion eine immer stärkere Einbettung in Parallelproduktionen erlebt, etwa eine Koppelung an Strategien der kommerziellen Werbung. Manche sehen einen Rückzug des Staates von Förderung und Finanzierung im literarischen Feld als bedrohlich für die Produktionsbedingungen. <sup>66</sup>

Diese theoretischen Ausführungen decken sich mit den Reflexionen der österreichischen Schriftstellerin und Literaturwissenschaftlerin Anna Mitgutsch:

„Wir (*Anm.: die Autoren*) stehen vor der unmöglichen Wahl, unser ganzes Leben, das die Literatur schließlich ist, für einen oberflächlichen Markt zuzurichten und damit

---

<sup>63</sup> Vgl. Dörner; Vogt (1994), S.156.

<sup>64</sup> Vgl. Holler (2008), S. 65.

<sup>65</sup> siehe z.B. Bourdieu (2001), S. 251.

<sup>66</sup> Vgl. Franck (2009), S. 11-12.

Verrat an uns und unserer Kunst zu üben oder von diesem Markt nicht oder nur marginal wahrgenommen zu werden.“<sup>67</sup>

Sie beklagt weiters, dass der Markt die Unterscheidung zwischen Unterhaltungsliteratur und ernster Literatur abgeschafft habe. Es regiere das Primat des Marktes. Ästhetik, poetologische Überlegungen, Innovation, der Anspruch auf Allgemeingültigkeit und Dauer seien keine Kriterien mehr, die Erfolg und Bestehen eines Kunstwerks garantieren. Der Wert liege nur mehr in den Verkaufszahlen und der medialen Präsenz.<sup>68</sup>

Die fehlende Thematik der medialen Präsenz ist für diese Arbeit der gewichtigste Kritikpunkt an der Feldtheorie. Bourdieu vergisst in seinen Analysen zum literarischen Feld die Massenmedien nahezu komplett. Er geht nur kurz auf das problematische Verhältnis zwischen SchriftstellerInnen und Journalismus ein und attestiert eine gewisse Abhängigkeit. Diese stellt er auch schon für frühere Gesellschaften fest, so etwa für die Situation Frankreichs des 19. Jahrhundert. So können Kritiken und Rezensionen in dieser Zeit den AutorInnen zur Positionierung helfen oder sie vernichten.<sup>69</sup>

In einem anderen Aufsatz streift er kurz die Rolle der Intellektuellen, die die SchriftstellerInnen und KünstlerInnen gegen den Einfluss des Journalismus schützen sollen. Denn über journalistische Kritik wird politische und wirtschaftliche Macht auf die Intellektuellen ausgeübt. Ein immer bedeutenderer Teil der kulturellen Produktion, so Bourdieu, passe sich den Medienlogiken an: Erscheinungsdatum, Gegenstand, Titel etc. werden an journalistische Abläufe angepasst. Sie machen es existent, da sie darüber reden. Er spricht in diesem Aufsatz von Massenmedien als eine Art von Konsekrationsmacht (z.B. Bestsellerlisten), die die Grenzen zwischen Avantgarde und Bestseller verschwimmen lassen.<sup>70</sup> Bourdieu führt seine Auffassung zur Rolle der Massenmedien in diesem Aufsatz ebenfalls nicht näher aus.

Doch die Rolle der Massenmedien im Feld wäre aus literatursoziologischer Sicht wichtig. Sie ist einerseits auf dem literarökonomischen Markt von Bedeutung (Rezensionen, Interviews und dergleichen im TV, in Tages- und Wochenzeitungen, aber auch durch Werbung), andererseits helfen sie bei der Positionierung im literarischen Feld oder dekonstruieren die Positionierungsversuche.

---

<sup>67</sup> Mitgutsch (2008), o.S.

<sup>68</sup> Vgl. Mitgutsch (2008), o.S.

<sup>69</sup> Vgl. Bourdieu (2001), S. 92.

<sup>70</sup> Vgl. Bourdieu (1991), S. 50-58.

Sogar im Zusammenspiel der Felder der Macht und der Ökonomie spielen in Bourdieus Konzept JournalistInnen und Massenmedien eine sehr geringe Rolle. Ganz im Gegensatz zu Akademien, Clubs und Salons.<sup>71</sup> Er sieht im Bereich Literatur und Theater, beide aus der Sphäre der Legitimität mit universellem Anspruch, die Legitimation durch Instanzen wie Universitäten oder Akademien sanktioniert. Werbung sieht er als illegitime Legitimationsinstanzen.<sup>72</sup> Es ist anzunehmen, dass Massenmedien analog als illegitime Instanzen zu sehen sind.

Inwiefern Massenmedien als legitime Instanzen zu betrachten sind, will ich hier nicht beurteilen. Sie müssen allerdings eingebunden werden, da sie dem Künstler, der Künstlerin die Möglichkeit geben, sich zu positionieren. Gerade wenn Bourdieu betont, dass sie nicht der alleinige Schöpfer des Wertes eines Kunstwerkes sind, sondern das Produktionsumfeld als Universum des Glaubens den Wert des Kunstwerkes als Fetisch herstellt. Die Wissenschaft muss daher, um den Wert des Kunstwerkes richtig einzuordnen, nicht nur den Künstler, die Künstlerin mit einbeziehen sondern die Gesamtheit der Akteure und Institutionen, die an der Herstellung des Glaubens an den Wert der Kunst beteiligt sind. Dazu gehören KritikerInnen, VerlegerInnen, Mitglieder von Weiheeinrichtungen wie Akademien, Preisgerichte etc. Aber auch die auf dem literarischen Feld befugten politischen und administrativen Stellen (z.B. Ministerien).<sup>73</sup>

Billenkamp kritisiert in einem Aufsatz über die Medienkarriere von Thomas Bernhard, dass Bourdieu die Massenmedien weitgehend außer Acht lässt. Ein Aufstieg innerhalb des literarischen Feldes ist heute ohne die entsprechende Präsenz, in Fernsehen, Zeitungen und Internet nicht mehr denkbar. Dies muss nicht mit dem Verlust von Autonomie einhergehen: Der Autor, die Autorin kann diese Mechanismen sehr wohl bewusst für sich nutzen und sie instrumentalisieren.<sup>74</sup>

Dörner sieht das Interaktionsgeflecht, das sich zwischen den diversen Feldpositionen entfaltet, als Produkt aus der Antizipation (KritikerInnen, Publikum, Reaktionen) und realer Einflussnahme, etwa durch persönliche Gespräche und Treffen.<sup>75</sup> Kommunikation, auch massenmediale Kommunikation, ist dafür nötig. Die aktuellen Machtpositionen der einzelnen

---

<sup>71</sup> Vgl. Bourdieu (1997), S. 106.

<sup>72</sup> Vgl. Jurt, (2008a), S.83.

<sup>73</sup> Vgl. Bourdieu (1997), S. 82-83.

<sup>74</sup> Vgl. Billenkamp (2009), S. 41-42.

<sup>75</sup> Vgl. Dörner; Vogt (1994), S. 150.

AutorInnen, aber auch der VerlegerInnen und KritikerInnen, sind dabei immer das Produkt der vorangegangenen Interaktionsprozesse. „Je stärker zum Beispiel ein Autor in der Vergangenheit von bestimmten Verlegern und Kritikern akzeptiert worden ist, umso größer ist seine symbolische Machtbasis bei der Produktion des nächsten Werkes.“<sup>76</sup>

Diese Analyse zeigt, dass es enorm wichtig ist, die hier zu Tage tretende mediale Vermittlung bzw. Inszenierung zu untersuchen, um so die Position des Autors, der Autorin im Feld genauer bestimmen zu können. Denn: „In der Mediengesellschaft werden die Schnittstellen zwischen der Aufmerksamkeitsökonomie und der Geldwirtschaft zu den Brennpunkten sowohl des Kulturbetriebs als auch der kommerziellen Wirtschaft.“<sup>77</sup>

Speziell bei den Neueintritts- und Durchsetzungsstrategien im literarischen Feld erkennt man das Fehlen der Massenmedien in Bourdieus Konzept. So spielt zunehmend die mediale Selbstinszenierung, wie z.B. die medienwirksame Thematisierung des Problems künstlerischer Identität und Wertung, oder die mediale Literaturvermittlung, wie etwa Literaturtalksendungen und Fernsehreihen (etwa „Druckfrisch“ oder „LesArt“) eine große Rolle für die AutorInnen<sup>78</sup>.

Spannend wird auch zu beobachten, wie sich das Web 2.0 in Zukunft auf das literarische Feld auswirkt. Dass man als AutorIn das neue Web zur Inszenierung nutzen kann, zeigt u.a. Cornelia Travnicek, die sowohl bloggt als auch Twitter für sich nutzt.

Wieso Bourdieu Massenmedien in seiner Analyse nahezu ausspart, bleibt offen. Sie müssen aber in eine Feldanalyse eingebunden werden, quasi als Intermediäre, als vermittelndes Füllmittel zwischen den verschiedenen Beteiligten. Zusätzlich sind sie auch als Konsekrationsinstanz zu berücksichtigen.

Zusammenfassend kann man sich bedingt der Kritik von Zahner anschließen, die meint, die Feldtheorie erkläre sehr gut die Literaturproduktion der Vergangenheit (v.a. des 19. Jahrhunderts), sie habe aber heute Grenzen. So klammere sie die Auflösung der Grenzen zwischen Avantgarde und Massenkultur ebenso aus, wie die Massenmedien. Zahner illustriert dies im Bereich der bildenden Kunst, u.a. bei Andy Warhol, bei dem sich diese Grenzen

---

<sup>76</sup> Dörner; Vogt (1994), S. 155.

<sup>77</sup> Franck (2009), S. 12.

<sup>78</sup> Vgl. Joch (2009), S. 4-5.

bereits in den 1960ern verschoben. Man konnte und kann sich mit Massenmedien und ohne klassische Instanzen einen Platz im Feld erobern.<sup>79</sup>

Ich denke nicht, dass Bourdieus Feldtheorie nur auf vergangene Perioden anzuwenden ist. Sie muss allerdings speziell im Hinblick auf Massenmedien und Inszenierungen ergänzt werden.

---

<sup>79</sup> Vgl. Zahner (2009), S. 307-308.



## 4 Das literarische Feld in Österreich um das Jahr 2000

Um die Positionierung des Autors, der Autorin mittels Inszenierung in den Medien nach Bourdieus theoretischem Modell in der Praxis implementieren zu können, muss zuerst noch das literarische Feld in Österreich um das Jahr 2000 beschrieben werden. Der Zeitraum um das Jahre 2000 ergibt sich deshalb, da Daniel Kehlmanns Debütroman 1997 erschien und er ca. ab 2000, nach weiteren Veröffentlichungen, vermehrt in der Öffentlichkeit präsent war.

Die damalige Situation bildet die Ausgangslage für die Positionierung von Daniel Kehlmann. Nach einem kurzen Seitenblick auf den dominanten Sprachnachbarn Deutschland, soll das literarische Feld um das Jahr 2000 in Österreich und die internen Veränderungen in dieser Zeit näher untersucht werden.

### 4.1 *Seitenblick: Deutschland*

Der Seitenblick auf Deutschland ist einführend notwendig, da so einige Rahmenbedingungen aufgezeigt werden können, die für das Verständnis des österreichischen Feldes wichtig sind. So können strukturelle Änderung im österreichischen literarischen Feld erklärt werden, die im deutschen literarischen Feld früher begannen. Auch der Erfolg der jungen österreichischen SchriftstellerInnen zu Beginn des 21. Jahrhunderts hat viel mit den Umbrüchen in Deutschland zu tun. Es wurde seit 2000 immer wieder verstohlen aufs deutsche Feld geschaut, sobald von junger Literatur die Rede war. Die beachtliche Menge an neuen deutschen Literaturlabels wurde zum geheimen Referenzpunkt für die österreichische Literatur.<sup>80</sup>

Der größte Paradigmenwechsel der letzten Jahrzehnte begann in Deutschland in den 1990ern mit der damals ausgebrochenen Lesbarkeitsdebatte. Diese hatte einen Umbruch der Kräfteverhältnisse im literarischen Feld zur Folge. Meist junge AutorInnen kamen mittels Kritik an der etablierten Prosa hervor und forderten eine Neuorientierung v.a. an den US-amerikanischen und südamerikanischen Erzählern. Dies entspricht der vorhin beschriebenen Bourdieu'schen Eintrittstechnik der Häresie, der revolutionären Kritik an Bisherigem. Ab 1999 kam es nicht nur zu einem Generationenwechsel sondern auch zu einem Paradigmenwechsel im deutschen literarischen Feld. Holler formuliert dazu: „Die Publikumsverachtung wurde abgeschafft, die neuen AutorInnen wollten raus aus dem Elfenbeinturm. Ziel war u.a. die Auflösung der im deutschen Sprachraum üblichen Trennung zwischen Unterhaltungsliteratur und ernster Literatur.“<sup>81</sup>

---

<sup>80</sup> Vgl. Holler (2008), S. 64.

<sup>81</sup> Holler (2008), S. 53-54.

Holler sieht darin einen gewissen Verlust des Autonomiestatus' der Literatur, da deren Qualität nicht mehr bloß nach literarästhetischen Kriterien, sondern auch nach sozialen und ökonomischen bemessen wurde. Damit verschob sich im literarischen Feld die Benennungsmacht: Sie wanderte ein Stück weg vom autonomen Pol des Feldes, hin zum heteronomen, feldfremden Pol. Der Publikumserfolg war nicht mehr anrühig, sondern wurde zum „Adelsprädikat“.<sup>82</sup>

Allerdings gibt es Zweifel an diesem Standpunkt. Skeptiker sehen in Deutschland nach dem „Österreicher-Trend“ und dem Trend der „Wendeliteratur“ keinen Trend zum Erzählen sondern die „neuen Erzähler“ v.a. als Marketingmaßnahme der Verlage.<sup>83</sup>

## **4.2 Die österreichischen Rahmenbedingungen**

Die Existenz eines eigenen literarischen Feldes in Österreich, die öfter angezweifelt wurde, verneint heute kaum noch jemand. Es ist eindeutig nicht identisch mit dem Deutschen.<sup>84</sup> Das inkludiert die Tatsache, dass es bestimmt typische österreichische Rahmenbedingungen gibt, die zuerst erläutert werden sollen.

Es ist allerdings davon auszugehen, dass im Jahr 2011 eine Trennung zwischen den zwei literarischen Feldern nicht mehr so stark vorzufinden ist, wie dies in den 1980er Jahren der Fall war. Ein Grund sind die wirtschaftlichen Verflechtungen, da es sowohl bei Verlagen, als auch am TV-, Radio- und Printsektor ein starkes Zusammenwachsen deutscher und österreichischer Unternehmen gab.<sup>85</sup>

Andere Gründe sind gesellschaftlicher und kulturellerer Natur. So sind deutsche StaatsbürgerInnen in Österreich die größte Migrantengruppe;<sup>86</sup> die ÖsterreicherInnen wiederum konsumieren mehrheitlich deutsches Fernsehen, deutsche Sender haben einen Marktanteil von 53,5%.<sup>87</sup>

Die These der Aufweichung der Trennung zeigt sich ebenfalls bei Daniel Kehlmann. Er wurde im deutschen Feld der Literatur wesentlich stärker rezipiert und wurde in den dortigen literarischen Diskurs auch stärker miteinbezogen als im österreichischen Pendant.<sup>88</sup> Seit dem Erfolg des Romans „Die Vermessung der Welt“ wird er in beiden Ländern allerdings als heimischer Autor geführt.

---

<sup>82</sup> Vgl. Holler (2008), S. 55.

<sup>83</sup> Vgl. Ruthner (2003), S. 209.

<sup>84</sup> Vgl. Holler (2003), S. 89-92.

<sup>85</sup> Vgl. u.a. Kaltenbrunner, et.al. (2007), S. 43-52.

<sup>86</sup> Vgl. Österreichischer Integrationsfonds Integration im Überblick. (2011). O.S.

<sup>87</sup> Vgl. AGTT (2011). O.S.

<sup>88</sup> Vgl. Holler (2003), S. 91.



Trotz des Zusammenwachsens gibt es spezifische österreichische Rahmenbedingungen im österreichischen literarischen Feld. So gibt es im Verlagswesen in Österreich eine hohe Anzahl an kleinen Verlagen, meist Ein-Personen-Betriebe, nur wenige mittelgroße Verlage, die meist nicht privat sind sondern (halb-)staatlich oder im Besitz der katholischen Kirche sind und es fehlen österreichische Großverlage. Diese strukturellen Differenzen führen u.a. zu kleineren Marketingbudgets und einem schweren Markteintritt in Österreich aber auch in Deutschland.<sup>89</sup>

Die Konzentrationen auf dem österreichischen Verlagssektor waren groß und haben in den letzten Jahren noch zugenommen. Für junge AutorInnen erschweren die noch immer existierenden Strukturverhärtungen zusätzlich die Etablierung im Feld.<sup>90</sup>

Ein weiteres Charakteristikum des österreichischen literarischen Feldes ist der hohe Autonomiegrad des Feldes, der sich in der hohen Anzahl an Preisen, Stipendien, Verlagsförderungen und andere Fördermaßnahmen äußert. Das führt zu einer relativen Marktunabhängigkeit. Es impliziert allerdings eine hohe Abhängigkeit von staatlicher Förderung und Preisen, die zwar das Fehlen des Marktes kompensieren können und so ein rein marktwirtschaftlich orientiertes Verlagswesens verhindern sollen<sup>91</sup>, es zeigt aber auch eine sehr große Abhängigkeit vom Staat. Er fungiert als neuer Mäzen.

Fasthuber stellt dazu 2011 kritisch fest, dass in Österreich etwa eine hohe zweistellige Zahl an Literaturpreisen für inzwischen fast alle Genres oder Regionen gibt. Trotz Kritik der AutorInnen, werden die Preise aber aus finanziellen Gründen und Gründen der medialen Präsenz gerne genommen.<sup>92</sup>

Die AutorInnen, sind diesen Mechanismen des österreichischen literarischen Feldes stark ausgesetzt, da ihnen die Förderungen zwar das Überleben ermöglichen, sie aber von der Gunst der politischen Entscheidungsträgern und der Juroren abhängig sind.<sup>93</sup>

Das österreichische Feld ist auch bezüglich der Konsekrationsinstanzen anders als das deutsche: In Österreich herrscht innerhalb der Literaturkritik eine dominierende Rolle der

---

<sup>89</sup> Vgl. Landerl (2005), S. 17-28.

<sup>90</sup> Vgl. Zeyringer (2003), S. 47-48.

<sup>91</sup> Vgl. Landerl (2005), S. 238; Holler (2003), S. 283.

<sup>92</sup> Vgl. Fasthuber (2011), S. 29.

<sup>93</sup> Vgl. Fleischanderl (2010b), S.17.

Germanistik vor, während die journalistische Literaturkritik schwächelt.<sup>94</sup> Es herrsche kein literaturtheoretischer Diskurs, sondern es gäbe nur Buchbesprechungen.<sup>95</sup>

Selbst in den Nischen wie der Kulturpublizistik sei Österreich von Populismus geprägt, meint etwa Haas. Die österreichischen Qualitätstageszeitungen wie *Die Presse* und *Der Standard* beschäftigen sich primär mit österreichischer Literatur im Kulturteil, während die *Frankfurter Allgemeine Zeitung (FAZ)*, *Die Süddeutsche* oder *Die neue Züricher Zeitung (NZZ)* das eher im Lokalteil tun würden. Österreichische Literaturzeitschriften sind eher von einheimischen KünstlerInnen dominiert. Hinzu kommt, dass Hochkultur und Massenmedien in Österreich in inniger Symbiose leben.<sup>96</sup>

Die Literaturkritikerin Karin Fleischanderl sieht die Situation in der österreichischen Kulturpublizistik ebenfalls sehr kritisch: „Ein gutes Dutzend Feuilletons gibt eine im Wesentlichen identische Meinung zu immer denselben Autoren und Autorinnen ab.“<sup>97</sup>

Interessant dazu sind die empirischen Daten zu KulturjournalistInnen in Österreich. So sind die Arbeitsbedingungen für diese noch schwieriger als für ihre KollegInnen aus anderen Ressorts. Es gibt weniger Fixanstellungen, viele freie JournalistInnen, die dementsprechend weniger verdienen.<sup>98</sup>

Zeyringer meint sogar, dass in etwa nur 15 Personen, meist aus Wien, den Literaturjournalismus in Österreich prägen. Sie sind die Torhüter zum Feld.<sup>99</sup> Die AutorInnen sind von einem kleinem Kreis an Personen abhängig.

Hinzu kommt die Grundidee von Kulturjournalismus, der polarisieren will. Kaltenbrunner analysiert die unterschiedlichen Einstellungen von KulturjournalistInnen bezüglich ihres Selbstbildes, das anders ist als das ihrer KollegInnen: „Sie wollen ein Stück mehr Avantgarde sein und ‚neue Trends aufzeigen‘. Neutralität und eine imaginierte ‚Wirklichkeit‘ sind ihnen dabei – kaum überraschend – weniger bedeutsam als ihren Kollegen aus anderen Ressorts.“<sup>100</sup>

Porombka betont ebenfalls, dass kulturjournalistische Texte, Diskussionen auslösen sollen und nicht objektiv berichten sollen. „Selbst dort, wo in Kritiken die schärfsten Urteile gesprochen und in Glossen die ätzendsten Polemiken formuliert werden, lebt der

---

<sup>94</sup> Vgl. Holler (2008), S. 57

<sup>95</sup> Vgl. Holler (2003), S. 49-5.

<sup>96</sup> Vgl. Haas (2000), S. 134-138.

<sup>97</sup> Fleischanderl, (2010b), S.13

<sup>98</sup> Vgl. Kaltenbrunner (2011), o.S.

<sup>99</sup> Vgl. Zeyringer (2003), S. 47-48.

<sup>100</sup> Kaltenbrunner (2011). o.S.

Kulturjournalismus von dem Bewusstsein, keine letzten Worte zu sprechen, sondern die Kultur zu dynamisieren.“<sup>101</sup>

Deutsche Untersuchungen zum Kulturjournalismus zeigen, dass es v.a. durch die Medien- und Finanzkrise der letzten Jahre, zu einer Aufweichung der Literaturkritik kam. Sie folgt zunehmend der Logik des Fernsehens und nicht mehr der der Literatur.<sup>102</sup>

Dies impliziert andere Kriterien für Literaturjournalismus: „Der Unterhaltungscharakter von Literatursendungen ist wichtiger. Der Kritiker selbst muss unterhalten, meist indem er seine Kritik radikalisiert.“<sup>103</sup> Aber auch der Servicecharakter von Literatursendungen wird betont.<sup>104</sup> Ein fundierter Diskurs über Literatur in deutschsprachigen general-interest Medien, der längere Beiträge in Wort oder Schrift erlaubt, findet in den Massenmedien immer weniger statt. Dies ist in Österreich durch die eben beschriebenen Strukturbedingungen noch weniger der Fall.

### **4.3 Das österreichische Feld um das Jahr 2000**

Während in Deutschland in den 1990ern die so genannte Lesbarkeitsdebatte ausbricht, war in Österreich zur selben Zeit davon noch nichts zu bemerken. Holler stellt sogar das Gegenteil fest: „Hierzulande blieb man den Werten des Modernismus verpflichtet und verteidigte das L’art pour l’art. Der Einzug des Pop in die Literatur wurde sehr skeptisch betrachtet.“<sup>105</sup>

Neben dem Modernismus bleibt ein großer Topos weiterhin bestehen: die Österreichbeschimpfung. Man spricht von der „critique automatique“<sup>106</sup> Es dominiert eine Beschäftigung mit rein österreichischen Themen, wie dem Katholischen oder dem Umgang mit dem Nationalsozialismus in Österreich.<sup>107</sup> Haas beschreibt dies als „austrakischen Solipsismus“.<sup>108</sup>

Dieser Beschreibung entsprechen auch das Selbstportrait und das Image des österreichischen Literaturbetriebes im Ausland, als primär autoreflexive und nicht-narrative Literatur.<sup>109</sup>

Ein weiterer inhaltlicher Unterschied zu Deutschland ist die in Österreich um das Jahr 2000 noch immer stark vertretene sprachkritische Literatur. Die Literatur mit der Sicht auf

---

<sup>101</sup> Porombka (2010), o.S.

<sup>102</sup> Vgl. Pöttker (2010) o.S.

<sup>103</sup> Kuhlbrodt (2010), o.S.

<sup>104</sup> Vgl. Kuhlbrodt (2010), o.S.

<sup>105</sup> Holler (2008), S. 55-56.

<sup>106</sup> Vgl. Haas (2000), S.134-138.

<sup>107</sup> Vgl. Ruthner (2003), S. 205-207.

<sup>108</sup> Vgl. Haas (200), S. 140.

<sup>109</sup> Vgl. Holler (2008), S. 52.

Alltagsdinge ist im Jahr 2000 in Österreich noch nicht angekommen, da die österreichische Literatur wenig urbanisiert ist.<sup>110</sup> Auch die markengesättigte Coolness der Pop-Literatur hat in Österreich fast keine Jünger gefunden.<sup>111</sup>

In Deutschland kam in den 1990ern noch etwas Neues hinzu: eine für frühere Autorengenerationen meist unbekannt starke mediale Präsenz von AutorInnen. Das fehlte in Österreich ebenfalls. Zu diesen jungen und medial wirksamen deutschen Marken gab es kaum ein österreichisches Pendant. Daraus ergab sich auch ein Zurückdrängen der österreichischen AutorInnen aus den deutschen Feuilletons.<sup>112</sup>

Ein Umbruch zeichnet sich im Jahr 2000 ab, als Helmut Gollner zehn junge heimische AutorInnen für die österreichische Literaturzeitschrift *Literatur und Kritik* zu einem Gespräch bat. Darunter befanden sich bereits konsekrierte, junge AutorInnen wie Händl Klaus, Bettina Balàka, Kathrin Röggla oder Franzobel, aber auch die von Kritik und Preisjürs kaum berücksichtigten so genannten „neuen Erzähler“ wie Daniel Kehlmann, Thomas Glavinic und Martin Amanshauser. Gollner ermöglichte ihnen mit diesem Schritt eine erste Plattform. Die Positionen dieser neuen AutorInnen haben sich seit der Jahrtausendwende gefestigt, da sie nach und nach sowohl von den Massenmedien als auch von Germanistik, Literaturkritik und Preisjürs anerkannt wurden.<sup>113</sup>

Holler teilt diese neuen AutorInnen in drei Gruppen: Die erste Gruppe rückt die Sprache selbst in den Vordergrund und sieht sich mehr in direkter Nachfolge der arrivierten Avantgarde. Ihre Position ist (anfänglich) bereits anerkannter im Feld. Sie verdanken diese Position den Konsekrationsmechanismen und Subventionspraktiken. Als Beispiel führt sie die staatlich preisgekrönten AutorInnen Händl Klaus und Bettina Balàka auf. Auf den mittleren Positionen finden sich Kathrin Röggla und Franzobel. Sie schreiben experimentelle Texte, die sehr wohl konsekriert werden, denen jedoch ihr Flirt mit dem Markt (v.a. auf Grund ihrer Zeitgeistigkeit) vorgeworfen wird. Als dritte Gruppe identifiziert sie jene AutorInnen, die eine völlige Neuordnung der Kräfteverhältnisse beabsichtigen. Diese so genannten „neuen Erzähler“ legen ein beharrliches Festhalten an der Erzählbarkeit der Welt zu Tage und sie verdanken ihre ersten Erfolge dem deutschen Markt. Sie empfinden den Publikumserfolg als

---

<sup>110</sup> Vgl. Fetz (2003), S. 33.

<sup>111</sup> Vgl. Strigl (2004), S. 22.

<sup>112</sup> Vgl. Holler (2008), S. 58.

<sup>113</sup> Vgl. Holler (2008), S. 59-61.

Qualitätssiegel und stellen damit dezidiert heteronome Ansprüche über die dominierenden autonomen Ansprüche des geltenden Kunstverständnisses. Dazu zählen laut Holler Thomas Glavinic, Daniel Kehlmann und Martin Amanshauser und evt. auch der mittlerweile zum Erzähler gewordene Arno Geiger. „Staatliche Subventionen garantierten, so die jungen Häretiker, keineswegs die Reinheit der Kunst, sie verschoben lediglich die im Schreibprozeß anvisierte Zielgruppe“.<sup>114</sup>

Diese AutorInnen stellen nicht nur die Legitimität der bisherigen anerkannten AutorInnen in Abreden, sie orientieren sich an amerikanisch und südamerikanisch AutorInnen oder an weniger präsenten und bereits verstorbenen AutorInnen wie etwa Ingeborg Bachmann, Marlen Haushofer oder Joseph Roth.<sup>115</sup>

Strigl meint, dass sich die jungen AutorInnen inzwischen zu einer Literatur jenseits des Experiments bekennen, ohne moralische Hypothek und biografische Selbstausbeutung. Sie wollen weg vom Genialen hin zum Handwerklichen und zur unprätentiösen Könnerschaft. Unterhaltung und Sprachwitz sind den neuen LiteratInnen ebenso gemeinsam wie ihr Bekenntnis zum Amüsement und zur ironischen Distanz.<sup>116</sup>

Auch wenn die junge Literatur um das Jahr 2000 als wenig verallgemeinerbar gilt, wagt sich Fetz an eine Grundcharakterisierung: Es geht in den Werken um die Identitätsfindung von Leuten zwischen 20 und 40, die einiges gemeinsam haben: ihre Eltern geben keine Orientierung und Massenmedien spielen eine große Rolle.<sup>117</sup>

---

<sup>114</sup> Holler (2008), S. 61-62.

<sup>115</sup> Vgl. Holler (2008), S. 62-63.

<sup>116</sup> Vgl. Strigl (2004), S. 20-22.

<sup>117</sup> Vgl. Fetz (2003), S. 17.



## 5 Exkurs: Goffman und die alltägliche Inszenierung

Um die Selbstinszenierung des Autors und der Autorin von einem anderen theoretischen Standpunkt zu beleuchten, wird Bourdieus Feldtheorie in dieser Arbeit durch das Modell des US-amerikanischen Soziologen Erving Goffman erweitert.

Goffman geht in seinen Thesen zur alltäglichen Inszenierung davon aus, dass wir alle in jeder Situation Theater spielen und eine bestimmte Rolle innehaben. Jeder von uns inszeniert sich in den verschiedenen Situationen seines Lebens. Dies muss nicht bedeuten, dass wir uns verstellen, aber wir stellen etwas Bestimmtes dar und passen diese Darstellung der jeweiligen Situation an. Diese Darstellung (performance) umfasst alle Tätigkeiten einer Person in einer Situation, die dazu dienen, die anderen Personen in irgendeiner Weise zu beeinflussen. Das vorherbestimmte Handlungsmuster, das sich während der Darstellung entfaltet, vorgeführt und durchgespielt wird, nennt Goffman Rolle. Mit der Rolle, die eine Person spielt, fordert sie das Publikum auf zu glauben, dass er oder sie wirklich diese Eigenschaften habe. Das Publikum teile diesen Glauben in der Regel.<sup>118</sup>

Zu den fixen Bestandteilen einer Inszenierung gehört die Fassade. Sie ist das standardisierte Ausdrucksrepertoire, das der/die Einzelne im Verlauf seiner Vorstellung bewusst oder unbewusst anwendet. Dies beinhaltet das Bühnenbild mit den dazugehörigen Möbelstücken, Dekorelementen oder der räumlichen Anordnung anderer Dinge. Zweiter Bestandteil ist die persönliche Fassade. Zu ihr gehören Rangmerkmale, Kleidung, Geschlecht, Alter, Sprechweise, Gesichtsausdruck oder Mimik. Man kann die persönliche Fassade dementsprechend in zwei Gruppen teilen: in Erscheinung und Verhalten. Die Fassade ist meist gewählt und demnach nicht geschaffen.<sup>119</sup>

Wenn eine Tätigkeit in der Rolle Bedeutung für andere gewinnen soll, muss sie so gestaltet sein, wie der andere oder die andere es erwartet. Die dramatische Darstellung muss dem erwarteten Eindruck entsprechen.<sup>120</sup> Dies ist, davon kann ausgegangen werden, noch stärker bei KünstlerInnen zu finden, die sich bewusst positionieren müssen und ein Label sein sollten. Dies wurde bereits bei der Beschreibung des literarischen Feldes ersichtlich und wird in Bezug auf die Mediengesellschaft im Kapitel 6.3 noch weiter erörtert.

---

<sup>118</sup> Vgl. Goffman (2003), S.18-19.

<sup>119</sup> Vgl. Goffman (2003), S. 23-28.

<sup>120</sup> Vgl. Goffman (2003), S. 31-35.

Die Errichtung der persönlichen Fassade ist zusätzlich an die jeweilige Umgebung gebunden, so ist sie z.B. vom Ort und den ortsbestimmten Normen und Regeln abhängig.<sup>121</sup> Dies ist v.a. für KünstlerInnen interessant, die sich in beiden literarischen Feldern, in Österreich und Deutschland, durchsetzen wollen. Denn die kleinen kulturellen Unterschiede erschweren eine einheitliche, erfolgreiche Inszenierung allerdings.

Goffman betont, dass es im Alltag selten zu unglaublichen Inszenierungen kommt. Das dargestellte Selbstbild ist meist ein glaubwürdiges Bild, das durch die Bemühungen des Darstellers auf der Bühne und in seiner Rolle den anderen nahe gebracht wird. Das Bild des oder der einzelnen entspricht nicht nur dem Besitzer oder der Besitzerin, sondern der Gesamtszene seiner Handlungen und wird vor den lokalen Ereignissen interpretiert. Das Selbst ist nicht organisch, es ist eine dramatische Wirkung, die sich aus den dargestellten Szenen entfaltet. Goffman geht davon aus, dass jeder immer schauspielert und sein Verhalten nach Situation und Umgebung anpasst, sozusagen immer eine andere Maske aufsetzt.<sup>122</sup>

Wie bei jedem Theaterstück kann es immer wieder zu Darstellungsstörungen kommen. Diese können etwa auf Ebene der Persönlichkeit, der Interaktion und der sozialen Struktur stattfinden. Der/die Einzelne ist dementsprechend bemüht diese zu verhindern.<sup>123</sup>

Die Störungen treffen vermehrt bei professionell inszenierten Auftritten auf. Dies würde für KünstlerInnen bedeuten, dass sie sich zwar bewusst inszenieren müssen, dieses Image sich allerdings nicht zu weit von der jeweiligen Persönlichkeit entfernen darf. Denn so könnte eine Darstellungsstörung entstehen, die dann mit einem gewissen Verlust an Reputation einher geht.

Auch eine Änderung der Rolle in einem bestimmten Umfeld, kann die Rolle beschädigen. Um dies zu vermeiden, bleibt man meist bei der Rolle, mit der man zu spielen begonnen hat.<sup>124</sup> Darum finden sich bei den meisten KünstlerInnen keine abrupten Imagewechsel.

Die hier in Kürze dargestellten Ansätze Goffmans zeigen durchaus die Parallelen zwischen Fassade bzw. Inszenierung und der Beschreibung des Habitus bei Bourdieu. Goffman bezieht die Fassade aber ganz gezielt auf die alltägliche Inszenierung, die bei Bourdieu nicht explizit zu finden ist. Goffman geht nicht davon aus, dass wir uns alle verstellen und alles bewusst

---

<sup>121</sup> Vgl. Goffman (2003), S. 99-102.

<sup>122</sup> Vgl. Goffman (2003), S. 222-231.

<sup>123</sup> Vgl. Goffman (2003), S.222

<sup>124</sup> Vgl. Goffman (2003), S.223



tun. Er stellt es als faktisch dar, dass wir immer, in jeder Situation unseres Lebens, eine Rolle spielen. Die Inszenierung findet also tagtäglich statt und ist Teil unseres Alltags. Bei Bourdieu ist der Habitus ein wichtiger Teil der Inszenierung und der Persönlichkeit. Die Inszenierung besteht nicht aus einer absichtlichen Darstellung, sondern aus Erlerntem, Erlebten und bewussten Haben. Sie ist Teil der Persönlichkeit in jeder Situation unseres Lebens.

Dieser Aspekt wird bei der Analyse der Selbstinszenierung des Autors Daniel Kehlmann berücksichtigt werden. Es soll gezeigt werden, dass sich AutorInnen selbst inszenieren, inwiefern sie sich dabei bewusst verstellen, soll nicht beurteilt werden. Eine unehrliche und zu stark aufgesetzte Darstellung würde mangels Authentizität ein schnelles Verschwinden aus dem Feld bedingen. Auch Goffman beschreibt dies: Durch winzige Unstimmigkeiten, in denen der dem Publikum übermittelte Eindruck gestört wird, wird es in seinem Glauben erschüttert. Dementsprechend fordert jede neue Situation Ausdruckskontrolle.<sup>125</sup>

---

<sup>125</sup> Vgl. Goffman (2003), S. 48-49.



## 6 Markt, Marketing, Medien und die Literatur

Im folgenden Kapitel werden die Veränderungen der letzten Jahre am Literaturmarkt beschrieben. Ebenfalls werden Marketingstrategien im literarischen Markt beleuchtet. Dabei spielen sowohl Image als auch Inszenierung eine Rolle. So ist Autorschaft Marketing, BestsellerautorInnen sind Kultmarken.<sup>126</sup> Gerade diese Mechanismen werden in der Analyse von Daniel Kehlmanns Inszenierung von Bedeutung sein. Abgeschlossen wird das Kapitel mit Beispielen von Künstlerinszenierung.

### 6.1 *Ökonomisierung des Literaturbetriebes*

Mit dem Wechsel von der altertümlichen Oralität zur Schriftlichkeit vollzieht sich der erste Schritt der Unterwerfung des Autors, der Autorin unter die Gesetze der Warengesellschaft. Damit geht die Entwicklung der Kunst von einer mythischen, einer göttlichen Gabe zu einer kommerziell definierten Ware einher.<sup>127</sup> Es entwickelt sich eine Kulturindustrie, die sich ab der Mitte des 19. Jahrhunderts immer stärker zu emanzipieren und auszudifferenzieren beginnt. Diese Entwicklung geht in den letzten Jahren soweit, dass einige WissenschaftlerInnen die Produkte der Kulturindustrie als ebenso genau abgestimmt auf verschiedene Konsumentengruppen sehen wie jegliche andere Konsumprodukte. Unterschiedliche Kategorien von Büchern und Filmen werden geradezu konstruiert, wie auch unterschiedliche Autorenmarken und -typen. Jeder und jede kann so ein spezifisches Produkt wählen.<sup>128</sup> Bourdieu sieht eben darin ein stärkeres Auseinanderdriften der Pole des Feldes.<sup>129</sup>

Die zunehmende Ökonomisierung am Literaturmarkt zeigt sich auch in den Konzentrationsprozessen auf dem Verlags- bzw. Buchverkaufssektor oder bei den vermehrt eingesetzten Marketingmethoden der Verlage. UnternehmensberaterInnen sind spätestens seit den 1990ern auch bei Literaturverlagen tätig, um u.a. AutorInnen als Markentitel zu etablieren. Die Positionierung von Marken, literarischen Labels, Trends und Kults wurde seit den 1990ern für den deutschsprachigen Literaturmarkt immer wichtiger.<sup>130</sup> Das muss nicht bedeuten, dass sich Verlage vermehrt großer Werbekampagnen bedienen oder Kleinverlage eine eigene Abteilung für Öffentlichkeitsarbeit haben. Denn kleine PR-Tricks,

---

<sup>126</sup> Vgl. Bolz (2005) S.198.

<sup>127</sup> Vgl. Grimm; Schärf (2008), S. 7.

<sup>128</sup> Vgl. Dörner; Vogt (1994), S. 41.

<sup>129</sup> Vgl. Bourdieu (2001), S. 235-236.

<sup>130</sup> Vgl. Klever (2003), S. 48-50.

Promotionkampagnen oder Lesungen sind sogar für Ein-Personen-Verlage finanziell leistbare Werbemittel.

Allerdings teilt die Kunstschaffenden nichts so deutlich, wie ihre Einstellungen zu den Medien. Dies wirkt sich auch auf ihre Bereitschaft bei den PR-Kampagnen mitzumachen aus. Die Unterwerfung unter die Logiken der Massenmedien teilt die Autorenschaft in jene, die diese Prinzipien annehmen und evt. sogar mit ihnen spielen, und jene, die es ablehnen und Massenmedien als Teil des sklavischen Drucks der Ökonomie sehen.<sup>131</sup>

Wie stark die Entwicklungen von den AutorInnen wahrgenommen werden, zeigt der Essay der Autorin Anna Mitgutsch, die meint, dass in jedem größeren Verlag die Vertriebs- und FinanzmanagerInnen ein Mitspracherecht bei der Programmgestaltung haben. Es werde alles darauf abgestimmt: auf welcher Seite der Programmvorschau das Buch steht, ob es eine beigelegte Leseprobe, eine CD oder einen eigenen Folder bekommt, welche Summen der Presseabteilung und der Werbeabteilung für das Buch zur Verfügung stehen. Dementsprechend würden nur noch die Spitzentitel in den Redaktionen der Medien beachtet. Nur diese würden von BuchhändlerInnen eingekauft, nur für diese gäbe es Werbeeinschaltungen und Lesereisen.<sup>132</sup>

Die GroßkritikerInnen, die eigentlich den Weg im Literaturdschungel weisen sollten, werden dank ihrer mmächtigen Position so primär zur Hilfe für Verkaufssteigerungen der Verlage und sind weniger an Qualität orientiert.<sup>133</sup>

Der angesprochene Literaturjournalismus kommt in diesem Prozess auch aus anderen Gründen in die Kritik. Seine Aufgabe wäre es, ein Marktkorrektiv zu sein und das System Literatur zu hinterfragen und darzulegen. Doch neben den strukturellen Schwächen in Österreich (kleiner Markt, wenige LiteraturkritikerInnen, Medienkrise und damit verbundenen Einsparungen etc.<sup>134</sup>), wollen sich LiteraturkritikerInnen ebenfalls im Feld positionieren und gewisses symbolisches Kapital bzw. Ruhm einheimsen.<sup>135</sup>

---

<sup>131</sup> Vgl. Bourdieu (1997), S. 40.

<sup>132</sup> Vgl. Mitgutsch (2008), o.S.

<sup>133</sup> Vgl. Bolz (1999), S. 85.

<sup>134</sup> Siehe dazu auch Kapitel 4.2

<sup>135</sup> Vgl. Schwens-Harrant (2010), S. 127-129.

## 6.2 Image und Authentizität

Wie bereits kurz angeschnitten wurde, gibt es neben der Dominanz der ökonomischen Logiken in fast allen Gesellschaftsbereichen bzw. -feldern, auch eine wachsende Tendenz zur Medialisierung und Fokussierung auf mediale Präsenz.

Ein wichtiger Punkt um mediale Präsenz im literarischen Feld zu erlangen, ist ein authentisches und konstantes Image, um Unverwechselbarkeit zu erlangen. Man könnte es auch mit dem Begriff Habituspflege bezeichnen.

Das Lexikon *Brockhaus* aus dem Jahr 2006 versteht unter Image ein Bildnis, Abbild oder eine Vorstellung. Es bildet eine Ganzheit von Gefühlen, sachlicher Information und Handlungsabsichten ab, entwickelt und verfestigt sich im Zeitablauf. Das Image erleichtert die soziale Orientierung und die Einordnung von sich selbst und anderen in komplizierte soziale Zusammenhänge. Der Erfolg hängt von der Übereinstimmung zwischen Selbst- und Fremdimage ab.<sup>136</sup> Der letzte Satz untermauert die Wichtigkeit von Authentizität, wie sie bei Goffman beschrieben wird.

Für das Autorenmarketing bedeutet das, dass sich die AutorInnen ein überzeugendes „corporate design“, eine Art Firmenimage, mit klaren Markenzeichen und Eigenschaften zulegen müssen und ihre je eigenen Orte im literarischen Feld durch „Marketingstrategien“ erkämpfen müssen.<sup>137</sup> „Images sind (...) Bewertungsgrundlagen (für die Einstellungen oder Vorurteile) und entscheiden (u.a.) mit über die Glaubwürdigkeit von Botschaften und über die Angemessenheit von Anliegen. Images sind aber auch Schemata und beeinflussen als solche die Wahrnehmung selbst.“<sup>138</sup>

Das Image ergibt sich zwar aus dem Habitus, es kann aber von Pressearbeit, Marketing und der PR des Verlages unterstützt werden. V.a. die „corporate identity“ ist essenziell: man muss wissen wofür ein Verlag oder ein Autor, eine Autorin steht, sonst ist Marketing nicht sinnvoll. Der künstlerische, individuelle Fingerprint, d.h. ein Wiedererkennungsmerkmal, muss ersichtlich sein.<sup>139</sup>

Eine eindeutige Positionierung des Autors, der Autorin ist also von enormer Wichtigkeit. Dies zeigte bereits die Romantik, in der es zu einer gewissen Typenbildung kam. So etablierte sich in dieser Epoche dann der Typ des „sterbenden Dichters“. Meist ein Dichterjüngling, der die

---

<sup>136</sup> Vgl. Brockhaus (2006), S. 128.

<sup>137</sup> Vgl. Dörner; Vogt (1994), S. 43.

<sup>138</sup> Pils (1996), S.161.

<sup>139</sup> Vgl. Neuhaus (2009), S. 182; Köchl (2002), S. 121-122; Hirsch (2005) S. 118.

Missgeschicke des Lebens nicht überwinden kann. Es entstand eine große Wechselbeziehungen zwischen dem Leben der AutorInnen und ihrer Literatur. Damit konnten sich die LeserInnen vollkommen der Illusion hingeben, dass der Autor, die Autorin und der Erzähler, die Erzählerin eins sind.<sup>140</sup>

Eine andere Typengruppe definiert sich seit Ende des 19. Jahrhunderts über ihre Positionierung gegenüber den bürgerlichen Eliten. Bei Thomas Mann ist sehr klar das Image bzw. sein Interesse zu erkennen, sich allseits als gebildete Persönlichkeit zu inszenieren. Er betonte das bürgerliche Image immer und überall, sei dies in Fotografien oder bei seinen Auftritten als politischer Redner.<sup>141</sup>

Als Gegenpol zum etablierten Bildungsbürgertum sah sich Karl Kraus, dessen Opposition zum intellektuellen Feld und die immer währende Erneuerung dieser sein ständiges Thema war. Er positionierte sich klar als Gegenpol zu den Instanzen und als „Opfer“ der herrschenden Eliten.<sup>142</sup>

Eine Zwitterrolle ist allerdings möglich. Sie wird etwa von Robert Menasse eingenommen. Er positionierte sich als politischer Kritiker, einerseits einzig wahrer Intellektueller, andererseits als literästhetischer Erneuerer nach dem Stillstand der 1980er Jahre.<sup>143</sup>

Wie praxisrelevant diese Überlegungen heute sind, zeigt ein Interview mit Klaus Klug, Geschäftsführer der Verlagsgruppe Lübbe, aus dem Jahr 2010. Er betont, wie wichtig es ist, dass der Autor, die Autorin gleichbleibend etwas Bestimmtes signalisiert, so z.B. subjektive Qualität für die jeweiligen LeserInnen. AutorInnen sollten, müssen aber nicht, bei einem Genre bleiben. Auch sollte der Autor oder die Autorin „(...) im Rahmen seiner Möglichkeiten dazu beitragen, dass das Buch ins Gespräch kommt. Das ist natürlich letztlich abhängig von der Persönlichkeit, nicht jeder oder jede ist der geborene Entertainer.“<sup>144</sup> Trotz der Wichtigkeit eines Images für einen Autor, eine Autorin, darf dieses nicht künstlich, aufgesetzt oder gar aufgezwungen sein. Sonst kommt es zu einer Darstellungsstörung.<sup>145</sup>

Daraus ergibt sich, dass AutorInnen, die ihr Werk selbst vortragen, von großem ökonomischen/marketingtechnischen Vorteil für Verlage sind. Die Mittel die dafür zu Verfügung stehen, reichen von einer Lesereise bis zur Kommunikation mit den LeserInnen in

---

<sup>140</sup> Vgl. Tomševskij (2000), S. 53-55.

<sup>141</sup> Vgl. Delabar (2008), S. 90-99.

<sup>142</sup> Vgl. Pollak (1997), S. 252f.

<sup>143</sup> Vgl. Holler (2009), S. 171-180.

<sup>144</sup> Uschtrin (2010), S. 588-589.

<sup>145</sup> Vgl. Goffman (2003), S. 222.

Internetforen oder via Facebook. Die Kommunikationsformen müssen aber zur Zielgruppe und Image passen und authentisch sein/wirken. Ist der Autor, die Autorin zurückhaltend oder eher eine schillernde Persönlichkeit, so muss sein Marketing auch dementsprechend angepasst werden. Es gilt: „Der Autor ist und bleibt sein bester Promoter“.<sup>146</sup>

Bei aller künstlerischer Kritik an diesen Mechanismen, sollte man bedenken, dass medialer Erfolg im literarischen Feld nicht nur an der Menge und der Geschwindigkeit des Verkaufs gemessen wird. Es geht auch um den dauerhaften Ruf, um die Position im Feld.<sup>147</sup> Dafür ist ein charakteristisches Image sogar noch wichtiger als für den kurzfristigen Erfolg. Ein konkretes Image hilft im Feld unverwechselbar zu sein. Dies ist nicht neu: Keiner würde von Heinrich von Meißen, genannt Frauenlob, epische Dichtungen erwarten.

## **6.2 Inszenierung und Mittel**

Wie kann aber das Image für die Erstpositionierung oder die Neupositionierung im Feld eingesetzt werden? Welche Mittel und Strategien stehen den AutorInnen zur Verfügung?

Das wichtigste Mittel der Positionierung im literarischen Feld ist die Textproduktion, denn über sie liefert der Autor, die Autorin immer den wesentlichsten Beitrag zum Autorenbild.<sup>148</sup> Themen, Stil, erzählte Zeit etc. sind Teile der Inszenierung der AutorInnen. Auch sie sind nicht unabhängig vom Feld. Schon im Prozess des Schreibens werden die möglichen Reaktionsweisen der anderen Feldpositionen antizipiert. Konkret bedeutet das, dass der Autor, die Autorin, bewusst oder unbewusst, beim Schreiben bereits ein Bild von seinen möglichen LektorInnen, VerlegerInnen und auch LeserInnen hat. Der Autor, die Autorin entwickelt ein gewisses Gefühl für seinen, ihren Platz, den das Feld Literatur vorsieht.<sup>149</sup>

Eine Inszenierung ist laut *Brockhaus* 2006 der „Prozess des Auswählens und Arrangierens von etwas mit dem Ziel der Präsentation vor Dritten“. <sup>150</sup> Dass dies nicht mit durchkonstruiertem Masterplan geschieht, wurde bereit bei Goffman gezeigt (siehe Kapitel 5).

Auch Bourdieu geht in seinem feldtheoretischen Modell davon aus, dass den SchriftstellerInnen der Raum der Positionierung nicht als solcher präsent ist. Sonst müssten

---

<sup>146</sup> Vgl. Uschtrin (2010), S. 589-590.

<sup>147</sup> Vgl. Papilloud (2003), S. 63-64.

<sup>148</sup> Vgl. Dörner ; Vogt ; (1994), S. 148.

<sup>149</sup> Vgl. Dörner; Vogt (1994), S. 148.

<sup>150</sup> Brockhaus (2006), S. 361.

ihre Wahlentscheidungen wie bewusste Distinktionsstrategien interpretiert werden. Doch der Schriftsteller, die Schriftstellerin entwickelt sich allmählich, fragmentarisch in seinem Werk selbst und außerhalb.<sup>151</sup>

Dem muss allerdings widersprochen werden. Erstens ist die Idee des reinen Autors, der reinen Autorin sehr idealistisch und romantisiert das Konzept „Autor“. Zweitens blendet es die Produktionsrealität aus, in der LektorInnen, VerlegerInnen etc. bei der Produktion des Werkes mitreden. Drittens, und das trifft vielleicht speziell auf die letzten 20 Jahre zu, ist eine medial Inszenierung für AutorInnen existenziell. Diese ist, wie noch gezeigt wird, in jeder Phase der Literaturproduktion mehr oder minder wichtig gewesen. Da sich Literatur im Konkurrenzkampf mit vielen anderen Freizeitvergnügungen befindet, die potentiellen LeserInnen immer weniger Zeit zur Verfügung haben, ist eine medial Inszenierung für AutorInnen nicht wegzudenken. Schwens-Harrant meint dazu: „Ohne Aufmerksamkeit hat man auf dem Markt keine Chance. Das betrifft den Literaturbetrieb ebenso wie die Massenmedien: deshalb inszenieren sich AutorInnen als Marken, deshalb kaufen Verlage mit hohem Risiko skandalträchtige Titel ein, auch wenn sie noch so teuer sind.“<sup>152</sup>

Aufmerksamkeit ist in der Mediengesellschaft ein knappes Gut. Sie ist eine rare, kostbare Ressource und nicht vermehrbar, da Zeit beschränkt ist. Damit verschärft sich der Wettbewerb um Aufmerksamkeit. Um sie müssen auch AutorInnen kämpfen. Sie ist wichtig für sie um ins oder nicht aus dem Gespräch zu kommen. Denn damit sind Verkaufszahlen, Verlagsverträge und letztlich die Existenz verbunden.

Die These einer „Ökonomie der Aufmerksamkeit“, ist in diesem Zusammenhang schon seit mehreren Jahren präsent. Sie geht davon aus, dass nach und nach neue, zusätzliche Währungen das Geld ergänzen werden. Währungen wie Beachtung, Anerkennung, Berühmtheit oder Aufmerksamkeit gewinnen an Bedeutung.<sup>153</sup>

Die Mittel, die für die Imageinszenierung bzw. für die Habituspräsentation zur Verfügung stehen, sind nicht nur neue PR-Techniken. So sind Dichterlesungen als wirksames Mittel der Präsentation seit den Meistersingern im deutschsprachigen Raum bekannt. Seit dem Ende des Zweiten Weltkrieges sind sie ein fester Bestandteil des Literaturmarketings im deutschsprachigen Raum. Als Positionierungsvehikel bei Lesungen gelten dabei neben

---

<sup>151</sup> Vgl. Bourdieu (2001), S. 154.

<sup>152</sup> Schwens-Harrant (2010), S. 136.

<sup>153</sup> Vgl. Sietmann (2000), o.S.



Rezitationsstil und Interaktion mit dem Publikum, der Ort der Lesung, die Kleidung und das Auftreten der AutorInnen. Bei der Lesung scheint die Trennung zwischen Autor, Autorin und Werk aufgehoben zu sein. Darum sind sie ein wichtiges Mittel zur Autorpositionierung. Sie eignen sich am besten für DichterInnen, die sich gerne exponieren.<sup>154</sup>

Ein wichtiges Mittel im Kulturmarketing ist das Autorlabel. Es gibt Hinweis über den Wert des Textes und über dessen Positionierung im jeweiligen Diskurs. Es vermittelt Image und verspricht eine bestimmte Qualität.<sup>155</sup> Bei Kultmarken impliziert dies eine kaufbare Sicherheit - man kann beim Kauf nicht ganz falsch liegen. Autor XY steht z.B. für spannende Krimis. Bei BestsellerautorInnen, den Kultmarken des Marktes, wird das mit verschiedenen Mitteln unterstrichen. So bilden sich ganze Kommunikationswelten vom „ (...) sensiblen Hintergrundinterview in der *Zeit* bis zum skandalösen Auftritt in der Talkshow.“<sup>156</sup> Wie dies bei Daniel Kehlmann funktioniert, wird in der vorliegenden Analyse geklärt.

Aber auch die Marketingstrategie des „celebrity designs“, der Erschaffung eines Stars, ermöglicht eine gewisse Personalisierung und damit Bindung der LeserInnen an einen Autor, eine Autorin. Mittels „emotionalen designs“ wird versucht, eine emotionale Bindung zu dem Star herzu stellen. „Stars machen ästhetische Urteilskraft überflüssig; sie ersparen uns Kompetenz. Man kann sicher sein: Was sie bieten, ist Kultur.“<sup>157</sup>

Die schon kurz erwähnte Strategie der Provokation, ist ein weiteres bekanntes Mittel, um die etablierten, gut positionierten, älteren AutorInnen anzugreifen. Der Skandal als Mittel eine neue Position im Feld zu erreichen, ist ähnlich alt wie das Feld selbst.<sup>158</sup> Allerdings merkt Bolz richtig an, dass die Provokation heute durchgespielt ist. Man kann (fast) nicht mehr provozieren.<sup>159</sup>

Die hier beschriebenen Techniken und Strategien hängen allerdings alle von einigen Außenfaktoren ab, wie z.B. Marktsituation, wirtschaftliche Lage, politisches System.

---

<sup>154</sup> Vgl. Grimm (2008), S. 141-162.

<sup>155</sup> Vgl. Niefanger (2002), S. 526.

<sup>156</sup> Bolz (2005), S. 198.

<sup>157</sup> Bolz (2005), S. 198-199.

<sup>158</sup> Vgl. Landerl (2005), S. 224-237.

<sup>159</sup> Vgl. Bolz (2005), S. 199.

### 6.3 Massenmedien

„Was wir über unsere Gesellschaft, ja über die Welt, in der wir leben, wissen, wissen wir durch die Massenmedien.“<sup>160</sup> Dieser Satz des Systemtheoretikers Niklas Luhmann zeigt, dass (Massen-)Medien ein wichtiger Bestandteil der heutigen Gesellschaft sind, da sie Öffentlichkeit herstellen. Massenmedien kommen bei Bourdieus Ausführungen zum literarischen Feld allerdings viel zu kurz.

Massenmedien haben in unserer Gesellschaft mehrere soziale, politische und ökonomische Funktionen. Für das literarische Feld und für den Autor, die Autorin ist erstens die politische Funktion der Massenmedien wichtig, da sie u.a. Bildung bereitstellen. Zweitens ist die ökonomische Zirkulationsfunktion von Bedeutung, da Massenmedien Information über Produkte kommuniziert.<sup>161</sup> Im Fall des literarischen Feldes handelt es sich mangels finanzieller Potenz der meisten Verlage selten um Werbung, sondern um Buchbesprechungen, Literaturkritik oder Autoreninterviews. Diese enthalten ebenfalls Informationen über die „Produkte“, bringen die AutorInnen ins Gespräch und animieren so zum Kauf.

Die moderne Öffentlichkeit erwartet sich Präsentationen von KunstproduzentInnen. Eben dies geschieht über Massenmedien. Sie ermöglichen erst den Auftritt als Autor, als Autorin in der jeweiligen Position, etwa als konservativer Intellektueller, konservative Intellektuelle.<sup>162</sup> Segeber geht davon aus, dass Medien schon immer an der Selbstbildung unserer Vernunft (Descartes) und der Modellierung unserer Affekte (Herder) in einer Weise teilgenommen haben, die dafür Sorge tragen sollte, dass wir zu dem, was dabei herauskam, guten Gewissens „Ich“ sagen konnten.<sup>163</sup>

2012 geschieht dies nicht mehr nur durch Bücher oder Lesungen, sondern zusätzlich über audio-visuelle Massenmedien und durch diverse online Medien(platt)formen. So inszenieren sich einige AutorInnen über Videoclips, betreiben einen Blog oder sind in Internetforen selbst aktiv. Die meisten AutorInnen haben eine eigene Website, die zur unverfälschten Selbstinszenierung dient.<sup>164</sup> Öffentlichkeitsarbeit ist für AutorInnen die Selbstdarstellung partikularer Interessen durch Information. Dies inkludiert persönliche und mediale

---

<sup>160</sup> Luhmann (1996), S. 9.

<sup>161</sup> Vgl. Burkart, (2002), S. 382-398.

<sup>162</sup> Vgl. Bolz (2005), S. 200-201.

<sup>163</sup> Vgl. Segeber (2007), S. 244.

<sup>164</sup> Vgl. u.a. Paulsen (2007), S. 260; Porombka (2007), S.230-235; Uschtrin (2010), S. 592.

Auftritte.<sup>165</sup> Wie bereits erwähnt bieten sich die für diese Arbeit ausgewählten Interviews in Printprodukten an, da diese dem Autor, der Autorin eine gute Möglichkeit zur Kontrolle belassen, etwa mit Autorisierung oder Interviewentzug.

Dies ist den jungen AutorInnen sicherlich bewusst. Man hat es mit einer neuen, medial sozialisierten Autorengeneration zu tun. Man kann und muss heute davon ausgehen, dass man es mit AutorInnen zu tun hat, die nicht naiv schreiben und publizieren, sondern auf Grund ihrer Sozialisation so weit mit den Regeln der Massenmedien und Märkte vertraut sind, dass sie diese auch bedienen wollen.<sup>166</sup> Speziell bei jungen AutorInnen wie Daniel Kehlmann kann aber davon ausgegangen werden, dass sie medial sozialisiert wurden.

Doch gerade das Verhältnis AutorIn und Massenmedien und die medialen Strategien, die damit verbunden sind, werden all zu oft von der Germanistik ausgeblendet.<sup>167</sup> Dies wird in dieser Arbeit in kleinem Umfang aufgebrochen, da sie sich mit den in Massenmedien tradierten Autorenimages beschäftigt.

## **6.4 Beispiele von Künstlerinszenierungen**

In diesem Unterkapitel werden die vorher angeführten Ansätze zur medialen Inszenierung und zu Autorenmarketing anhand praktischer Beispiele erläutert. Dies soll als praktische Grundlage für die Analyse der Positionierung Daniel Kehlmanns dienen. Die Beispiele untermauern die Notwendigkeit zu medialen Inszenierungen.

SchriftstellerInnen sind heute nicht mehr nur LehrerInnen, MahnerInnen oder SeherInnen. Das Publikum interessiert viel mehr die Authentizität ihrer Existenz. Dies zeigt auch der Trend zur Personalisierung am literarischen Markt, der dort ebenso herrscht wie etwa in der Politik. Das literarische Werk wird an den Autor, die Autorin gebunden, der mit Bild und Biografie handhabbar gemacht wird. Der Autor, die Autorin wird in direkte Beziehung zu seinem Werk gesetzt. Er, sie muss für das Werk einstehen, es stehen aber auch persönliche Lebensweise, Abneigungen und Emotionen im Rampenlicht. Sein, ihr Leben wird stilisiert oder skandalisiert.<sup>168</sup> Das öffentliche Bild erfüllt dabei verschiedene Zwecke, die von Selbstbestätigung bis zu Werbeaktionen, von Legitimationsakten bis hin zur Missionierung

---

<sup>165</sup> Vgl. dazu u.a. Baerns, (1991).

<sup>166</sup> Vgl. Porombka (2007), S. 226.

<sup>167</sup> Vgl. Holler (2003), S. 8.

<sup>168</sup> Vgl. Delabar(2008), S. 98-99.

reichen. Die angewandten Mittel erstrecken sich von freiwilligen bis hin zu aufgezwungenen Aktivitäten.<sup>169</sup>

Ein altes Mittel der Selbstinszenierung ist die stilisierte Autobiographie, wie man sie etwa bei Goethe in dem bezeichnenden Werk „Aus meinem Leben: Dichtung und Wahrheit“ finden kann, oder bei Friedrich Nietzsches „Ecce homo“, eine Autobiographie mit einem Überschuss an Selbstdarstellung.<sup>170</sup> Allerdings sind solche Formen der Selbstinszenierung nur dann möglich, wenn der Autor, die Autorin bereits bekannt und im Feld etabliert ist.

Die wichtigste Strategie ist sicherlich die Inszenierung in Massenmedien um ein klar erkennbares Images in einer medialisierten Gesellschaft, wie wir sie heute vorfinden, zu vermitteln. So nutzte man schon früh Denkmäler, die frühen lokalen Massenmedien, die der Erinnerung und der Gesinnungsbildung zugleich dienten,<sup>171</sup> oder Fotografien von KünstlerInnen, die seit ihrer Erfindung zur medialen Selbstinszenierung gehörten.<sup>172</sup> Sie zeigten charakteristische Gesten und Handlungen der AutorInnen, wie etwa den rauchenden Jean-Paul Sartre<sup>173</sup> oder die betont bürgerlich inszenierten Posen von Stefan George.<sup>174</sup>

Geschickte Marketingstrategien, wie sie etwa Karl May anwandte, verstärkten dieses Verschwimmen von AutorIn und Ich-ErzählerIn mittels Fotografien. May inszenierte sich sowohl in den Massenmedien als auch bei öffentlichen Auftritten mittels Kostümen der Protagonisten als authentischer Erzähler.<sup>175</sup> Auch wenn es sich bei der bildlichen Inszenierung um einen Teil des medial vermittelten Images des Autors, der Autorin handelt, wird dies in der vorliegenden Arbeit nur am Rande behandelt. Eine eigene Bildanalyse als Teil des inszenierten Images von Daniel Kehlmann wäre als Ergänzung zu dieser Arbeit sehr interessant, würde aber den Rahmen einer Diplomarbeit sprengen. Die Auswertung der Inszenierung wird auf Aussagen des Autors in Printprodukten reduziert.

Als einer der best analysierten Autoren, der sich über Massenmedien inszeniert, gilt Peter Handke, der als Großmeister der Beachtungsökonomie immer wusste wie er sich wann in

---

<sup>169</sup> Vgl. Grimm (2008), S. 7.

<sup>170</sup> Vgl. Amstutz (2004), S.23; S.43.

<sup>171</sup> Vgl. Selbmann (2008), S. 25.

<sup>172</sup> Vgl. Müller (2007), S.86-92.

<sup>173</sup> Vgl. Schärf (2008), S. 46.

<sup>174</sup> Vgl. Bartels (2007), S. 25-58.

<sup>175</sup> Vgl. Schmiedt (2008=, S. 63-66.

Szene zu setzen hatte.<sup>176</sup> Ein Teil seines literarischen Ruhmes gründet sich auf Äußerungen in der Tageskritik. Oft war man mehr an der Person des Dichters als am Werk interessiert. Seine Präsenz begann bereits mit einer Inszenierung, dem ersten großen öffentlichen Auftritt in Princeton, in dem er die Gruppe 47 stark attackierte. Die Skandalinszenierung zog sich über seine zahlreichen Lesungen und öffentlichen Auftritte, die vom Suhrkamp-Verlag in sehr großem Ausmaß unterstützt wurden, bis hin zu seinen immer wieder provozierenden Meinungsäußerungen und den persönlichen Kontroversen, die er gerne in der Öffentlichkeit austrug.<sup>177</sup> Handke zeigte mit seiner Unterstützung für den mutmaßlichen serbischen Kriegsverbrecher Slobodan Milošević, dass es heute noch möglich ist zu provozieren. Es gelang ihm, sich immer wieder als Außenseiter und Provokateur zu positionieren und er erlangte eine medial generierte Außenseiterschaft.<sup>178</sup> Dies bedingte aber eine gewisse Auslieferung an feldexterne Instanzen.

Billenkamp zeigt am Beispiel Thomas Bernhard, wie sich KünstlerInnen medial positionieren müssen. Bernhard, zuerst eher konservativ positioniert, versucht sich Ende der 50er Jahre der Avantgarde anzunähern. Dabei versucht er sich anfangs konkrete Poesie anzueignen und sich damit im literarischen Feld zu etablieren. Dieser Ansatz wurde von ihm aber sehr bald verworfen. Bernhard fokussierte sich auf eine Selbstinszenierung, die sehr stark über seine autobiographischen Werke vollzogen wurde und über gezielte Provokationen und Skandale, die auch in den Massenmedien verbreitet wurden.<sup>179</sup>

Bernhard eignete sich aber noch eine weitere Strategie an: „Zu den Machterhaltungsstrategien Bernhards gehörte es, dass er diejenigen, die sich als Konkurrenten, sowohl im Bereich des Theaters als auch auf dem Gebiet der Prosa profilieren, mit vernichtender Geringschätzung straft.“<sup>180</sup> Dies geschah auch über Massenmedien.

Noch eine Stufe über den Skandalen von Handke und Bernhard, so zu sagen als Skandalautor 2.0, steht Werner Schwab, der sein Image als ebenso autonomer wie verzweifelter, ebenso einsamer wie empfindsamer trinkender Rebellenkünstler bis zur Selbstauslöschung pflegte.<sup>181</sup> Um dieses Image aufzubauen und sich im Feld zu positionieren, bedient er sich etwa Techniken der stilisierten Autobiografie, die er in den Medien breittrat. Er äußerte sich in

---

<sup>176</sup> Vgl. Wolf (2009), S. 45.

<sup>177</sup> Vgl. Terhorst (1990), S. 241-24.

<sup>178</sup> Vgl. Heimböckl, 2008. S.226.

<sup>179</sup> Vgl. Billenkamp (2009), S. 23-44.

<sup>180</sup> Billenkamp (2009), S. 29-32.

<sup>181</sup> Vgl. Müller-Kampel (2009), S. 142.

Massenmedien auch immer wieder gezielt zur Intention seines Stückes und betonte die Autonomie, die Legitimität selbst zu bestimmen. Er postulierte den Bruch mit dem „Gesinnungskitsch“ und vollzog den Konsensbruch, z.B. durch seine Wortwahl in seinen Stücken und Interviews.<sup>182</sup>

Seit den 1980er Jahren setzen AutorInnen zusätzlich verstärkt auf gezielte Marketingmaßnahmen, am deutlichsten ist dies bei den PopliteratInnen zu sehen, die die Macht der Markennamen und Labels nicht nur thematisieren sondern auch leben<sup>183</sup>. Dies ist etwa bei Benjamin von Stuckrad-Barre oder Christian Kracht ersichtlich.

Am Beispiel Hans Magnus Enzensberger ist gut erkennbar, dass es notwendig ist, seine mediale Strategie immer wieder zu ändern. So entzieht sich Enzensberger dem Fernsehen sehr lange, tritt aber schlussendlich doch auf.<sup>184</sup> Joch meint, dass man anhand Enzensbergers TV-Abstinenz in den 1990ern sehen kann, dass es sehr wohl noch Autonomie im literarischen Feld gibt und Existenz, Bekanntheit und Wichtigkeit ohne Massenmedien möglich ist.<sup>185</sup>

Hier muss allerdings darauf verwiesen werden, dass Enzensberger bereits vor der massenmedialen Durchdringung des literarischen Feldes, die ca. in den 1980ern beginnt, im Feld etabliert war. Er benötigte das Fernsehen als PR-Medium nicht. Weiters ist genau diese Abwesenheit wiederum ein Image: Enzensberger ist mit seiner Absenz nicht Teil der „primitiven“ TV-Industrie, sondern er ist nur im Feuilleton der großen deutschen Qualitätszeitungen präsent.

Die Antithese zur medialen Inszenierung scheint der zum Mythos gewordene amerikanische Autor Thomas Pynchon zu sein, von dem seit Jahren kein aktuelles Foto existiert. Er kreierte damit eine Pseudo-Abwesenheit und ist damit wiederum medial präsent.<sup>186</sup>

In einer ähnlichen Situation befindet sich Elfriede Jelinek heute: sie ist in den Massenmedien tendenziell abwesend anwesend. Sie legt bewusst Spuren und gibt Hinweise, die aber ebenso wieder verschwinden. Mit dieser umgekehrten Strategie ist es ihr möglich medial präsent zu sein. Wenn sie sich äußert oder auftritt, handelt es sich meist um bewusste politische Botschaften, etwa Interventionen mittels Leserbrief, Zeitungsberichten, Statements durch die

---

<sup>182</sup> Vgl. Müller-Kampel (2009), S. 144-146.

<sup>183</sup> Vgl. Künzel: (2007), S.15.

<sup>184</sup> Vgl. Bolz (2005), S. 201-207.

<sup>185</sup> Joch, (2009), S.78

<sup>186</sup> Vgl. Schärf (2008), S. 54.

Teilnahme an Demonstrationen oder der Verhängung von Aufführungsverboten. Nicht zuletzt kommuniziert sie über ihre eigene Website.<sup>187</sup> Sie beschränkt sich damit fast ausschließlich auf Formate, die sie selbst kontrollieren kann, in denen die Massenmedien keine Gatekeeper-Funktion einnehmen können. Die seltenen Stellungnahmen unterstreichen dann die Botschaft, da sie als rar und kostbar sind, werden sie verstärkt wahrgenommen werden.

Die hier exemplarisch aufgezeigten Künstlerinszenierungen sollten die Wichtigkeit und die lange Geschichte der medialen Selbstinszenierung praxisrelevant untermauern. Sie sind ein Mittel zur Eroberung und Festigung einer Position im literarischen Feld. Dieses Erobern ist mit Hilfe diverser medialer Strategien heute unumgänglich. Eine Verstärkung der alltäglichen Inszenierung wie sie Goffman beschreibt, ist notwendig um in einer medialisierten Gesellschaft Aufmerksamkeit zu erlangen. Die hier gezeigten Beispiele sollten zeigen, dass Massenmedien eine weit größere Rolle im literarischen Feld spielen, als sie Bourdieu erkannt hat.

---

<sup>187</sup> Vgl. Degner (2009), S. 162.





## 7 Daniel Kehlmann

Bei Bourdieu ist der Habitus notwendig um zu erklären, was und wer ein Autor, eine Autorin sein muss, um die jeweilige Position im literarischen Feld innehaben zu können<sup>188</sup>. Um Daniel Kehlmanns Positionierung im österreichischen literarischen Feld erklären zu können, wird hier kurz eine Teilanalyse seines Habitus' vollzogen. Es wird im folgenden Kapitel die familiäre Sozialisation, die Bildung und sein literarischer Werdegang, so weit bekannt, kurz beschrieben. Dies geschieht anhand einer kurzen Biografie. Da eine Habitus-Beschreibung auch den literarischen Stil und das thematisches Œuvre inkludiert, wird auch dieses kurz thematisiert. Abgeschlossen wird das Kapitel mit einem Exkurs zum Produkt Daniel Kehlmann.

### 7.1 Wer ist das?

Daniel Kehlmann wurde 1975 als Sohn des Regisseurs Michael Kehlmann in München geboren. Sein Großvater Eduard Kehlmann, ein getaufter Jude, war höherer Beamter und Schriftsteller. Er schrieb zwei Romane: „Von Pauli bis Palmarun“ und „Der Roman des Herrn Franziskus Höndl“.

Nachdem Daniel Kehlmann den ersten Teil seiner Kindheit in Deutschland verbracht hatte, erfolgte 1981 der Umzug nach Wien, wo er ein Jesuiten-Gymnasium besuchte. Es folgte das Studium der Philosophie und Literaturwissenschaft, abgeschlossen mit einer Diplomarbeit über „Schillers Theorie der Entfremdung - eine Analyse der Abhandlung ‚Über naive und sentimentalische Dichtung‘“ (1998).

Im Alter von 22 Jahren veröffentlichte Kehlmann seinen ersten Roman, die 250 Seiten starke Geschichte „Beerholms Vorstellung“ (1997). Es folgten 1998 ein Band mit Erzählungen, „Unter der Sonne“, die Novelle „Der fernste Ort“ (2001) und die drei Romane „Mahlers Zeit“ (1999), „Ich und Kaminski“ (2003) und „Die Vermessung der Welt“ (2005). Im selben Jahr folgte sein Essayband „Wo ist Carlos Montúfar?“. Im Jahr 2009 folgte sowohl die Kurzerzählung „Leo Richters Porträt“ als auch sein Roman „Ruhm. Ein Roman in neun Geschichten“. 2010 wurden ausgewählte Literaturkritiken und Reden, die in verschiedenen Tageszeitungen erschienen sind, in dem Buch „Lob. Über Literatur“ veröffentlicht. Am 24. September 2011 hatte Kehlmanns erstes originäres Theaterstück „Geister in Princeton“ in Graz Premiere.<sup>189</sup>

---

<sup>188</sup> Vgl. Bourdieu (2004), 202-203.

<sup>189</sup> Vgl. u.a. Pütz (2008), S. 9-11; Preußner (2008), S. 82; Honold (2007), S. 91; Soboczynski, (2008), S. 31; Kehlmann; Kehlmann (2003) S. A4.; Pohl (2011), o.S.

Für sein Œuvre wurde Kehlmann mit mehreren Preisen ausgezeichnet: mit dem Förderpreises des Kulturkreises beim Bundesverband der Deutschen Industrie (1998), dem Förderpreis des Österreichischen Bundeskanzleramtes (2003), dem Candide-Preis der Stadt Minden (2005), dem Heimito-von-Doderer-Preis (2006), dem Literaturpreis der Konrad-Adenauerstiftung (2006), dem Kleist-Preis (2006), dem WELT-Literaturpreis (2007), dem Grand Prix du Livre des dirigeants (2007), dem Thomas-Mann-Preis der Stadt Lübeck (2008), dem Per-Olov Enquist-Preis (2008) und dem Literaturpreis Prix Cévennes (2010). Hinzu kommen weitere feldinterne Weihen, wie etwa die Mainzer Poetikdozentur (2001) sowie Dozenturen an den Fachhochschulen Wiesbaden und Göttingen und das Stipendium des Literarischen Colloquiums Berlins (2000). Kehlmann ist zusätzlich Mitglied einer feldinternen Konsekrationsinstanz, der Mainzer Akademie der Wissenschaften und der Literatur.<sup>190</sup> Daniel Kehlmann wurde bereits 2009 in die Neuauflage des renommierten Kindler Literaturlexikons aufgenommen<sup>191</sup>

Diese Auflistung illustriert, dass es sich bei Kehlmann um einen Autor handelt, der durch viele Instanzen des literarischen Feldes geweiht wurde (zumindest bis zu seinem großen kommerziellen Erfolg mit „Die Vermessung der Welt“).

Neben dem Erfolg bei der Lukrierung von symbolischem Kapital, schaffte es Kehlmann schon sehr früh, dieses in ökonomisches Kapital umzuwandeln und mit seinen Büchern einen enormen Markterfolg zu erlangen. Innerhalb weniger Monate im Jahr 2005 gelang ihm der Aufstieg zum „literarischen Verkaufs-Superstar“. Sein Roman „Die Vermessung der Welt“ blieb eineinhalb Jahre an der Spitze der deutschen Bestsellerliste und über zwei Jahre in den Top 20. Bis 2009 wurden über 1,4 Millionen Exemplare der deutschen Ausgabe verkauft und der Roman in über 40 Sprachen übersetzt.<sup>192</sup> Laut *News* verkaufte sich der Roman bis Mitte 2011, inklusive aller Übersetzungen, sogar drei Millionen Mal.<sup>193</sup>

Aber nicht nur „Die Vermessung der Welt“ war ein großer Verkaufserfolg, sondern auch der Roman „Ich und Kaminski“ verkaufte sich sehr gut. Wobei ein Teil davon nachträglich im Sog von „Die Vermessung der Welt“ zustande gekommen ist.<sup>194</sup>

Gleiches gilt für seinen bis jetzt letzten Roman „Ruhm. Ein Roman in neun Geschichten“. Auch hier wird ein Teil der Kaufmotivation mit dem Roman „Die Vermessung der Welt“ zusammenhängen. Dieser Roman verkaufte sich nach Angabe des Verlages ebenfalls sehr gut:

---

<sup>190</sup> Vgl. u.a. Preußner (2008), S.73; Haefs (2009), S. 235.

<sup>191</sup> Vgl. APA: (2009), S. 26.

<sup>192</sup> Vgl. Haefs (2009), S. 233; Huber (2009), o.S.

<sup>193</sup> Vgl. Zobel (2011) S. 94.

<sup>194</sup> Vgl. Preußner (2008), S. 82.

so mussten kurz nach dem Erscheinen der ersten Auflage (200.000 Stück) bereits weiter 100.000 Exemplare nachgedruckt werden.<sup>195</sup>

Betrachtet man die zeitliche Reihenfolge, sieht man, dass es sich bei Daniel Kehlmann um einen Autor handelt, der vor seinem finanziellen Erfolg, symbolisches Kapital akquirieren konnte.

Nächster wichtiger Teil des Habitus' ist der Stil des Autors, der Autorin. Dazu stellen alle KritikerInnen fest, dass es sich um eine leicht verständlich, unterhaltsam und mit bildungsbürgerlichen Themen angereicherten Stil handle.<sup>196</sup> Interessant scheint dabei, dass Daniel Kehlmann, zumindest in Österreich, einen gewissen Prozess des Nachholens verkörpert und die Grenzen von Unterhaltungs- und hoher Literatur aufzulösen beginnt.

Doch trotz der Kritik an der oft geringen „Lesbarkeit“ der deutschen Literatur seit den 1990er Jahren und der Forderung nach dem Aufbrechen dieser, wirft die österreichische Literaturkritik Daniel Kehlmann oft einen Mangel an Tiefe vor. Diese Kritik kann mit dem zu großen kommerziellen Erfolg zusammenhängen.<sup>197</sup>

Zu den Themen Kehlmanns Werken zählt v.a. das Spiel mit der Fiktion und das Vermischen von Realem und Fiktionalem.<sup>198</sup> Die Protagonisten stammen meist aus dem bildungsbürgerlichen oder künstlerischen Milieu, sie sind Mathematiker, Magier oder Kunstkritiker.

Eine tief greifende Kritik wird in seinen Werken höchst unterschiedlich beurteilt: So sehen die meisten KritikerInnen im Roman „Ich und Kaminski“ eine Satire auf und Kehlmanns Widerwillen gegenüber dem aktuellen Literaturbetrieb.<sup>199</sup> Dem Roman „Die Vermessung der Welt“ wird zwar oft als Zivilisationskritik in neuem Gewand gesehen aber insofern kritisiert, da der Roman nichts herausfordere und keine Stellungnahme verlange.<sup>200</sup>

Daniel Kehlmann wird aber auch bezüglich seiner literarischen Qualität und seines Stils sehr unterschiedlich beurteilt. So äußert sich der Schriftsteller Helmut Krausser in der Daniel Kehlmann gewidmeten Ausgabe von „Text+Kritik“ sehr euphorisch zu dessen Talent:

„Nein, einen solchen Schriftsteller hatte die deutsche Sprache lange nicht hervorgebracht. Höchste Belesenheit, bestechliche Intelligenz und dezidierter

---

<sup>195</sup> Vgl. Ag.: (2009) o.S.

<sup>196</sup> Vgl. Kaiser (2010), S. 122.

<sup>197</sup> Vgl. Gasser, (2008), S. 25.

<sup>198</sup> Vgl. Haefs (2009), S. 242

<sup>199</sup> Vgl. Gasser (2008), S. 22.

<sup>200</sup> Vgl. Preußner (2008), S. 73-76.

Formwille gingen einher mit leichter Lesbarkeit, dieser Autor strotzte von Traditionsbewusstsein und Seriosität, war dennoch auf höchstem Niveau unterhaltsam, bot brillante Dialoge auf und schob unter die narrative Oberflächenstruktur unendlich viele Tiefenschichten.<sup>201</sup>

Ähnlich sieht es Honold, der etwa von einer Neugier und einem vitalem Interesse an der Welthaltigkeit und den damit verbundenen weltliterarischen Beziehungen spricht, die er bei Kehlmann findet<sup>202</sup>. Strigl sieht Kehlmanns Figuren immer mit philosophischem Tiefgang und sprachlicher Eleganz ausgerüstet.<sup>203</sup>

Robert Menasse beurteilt Kehlmanns Talent nicht ganz so euphorisch. Er argumentiert, dass der Erfolg Kehlmanns nur so zu erklären sei, „(...) dass er auf eine für den Mainstream verführerische Weise dem Elend des Mainstreams opponiert.“<sup>204</sup>

Auch Diekhans sieht den Erfolg des Romans „Die Vermessung der Welt“ eher pragmatisch. Er führt ihn v.a. auf den Unterschied zum anderen Verlagsprogramm zurück: Der Roman sei ein Gegenstück zu der teils selbstverliebten Nabelschau des Gegenwartsromans, der sich bevorzugt mit den Befindlichkeitskrisen moderner Subjektivität widmet. Er betont aber auch das Innovative an dem Roman: So konstruiere Kehlmann eine historische Zeitreise, die sich mit den Umbrüchen der Neuzeit auseinandersetzt. Viele Bezüge zur Gegenwart, Anspielungen aller Art und der eigene Stil haben die Freude des Erzählens widerspiegelt.<sup>205</sup>

Haefs sieht keinen direkten Bezug auf die unmittelbare Gegenwart und attestiert, dass die fehlende Aktualität ein Verzicht auf den Anspruch ein Gesellschaftsroman zu sein, ist.<sup>206</sup>

Noch kritischer kommentiert die Literaturkritikerin und Journalistin Karin Fleischanderl den Autor Kehlmann, den sie zu einer Gruppe von AutorInnen zählt, denen aus Werbestrategie die Etikette „Postmoderne“ verpasst wurde. Dies geschehe, wie bereits in den 1980ern mit Umberto Eco, Patrick Süßkind oder Robert Schneider, aktuell mit Daniel Kehlmann. „Sie (*Die AutorInnen*, *Anm.*) beschränken sich darauf, mit Bildungsschrott hausieren zu gehen, dessen Zurschaustellung vom Publikum (und vom Feuilleton) dankbar mit literarischer Arbeit verwechselt wird. Wie es Trivillliteratur immer getan hat, imitieren sie literarische Formen

---

<sup>201</sup> Krausser (2008), S. 55.

<sup>202</sup> Vgl. Honold (2007), S. 89.

<sup>203</sup> Vgl. Strigl (2004), S. 21.

<sup>204</sup> Menasse, (2008), S. 31.

<sup>205</sup> Vgl. Diekhans (2007), S. 16.

<sup>206</sup> Vgl. Haefs (2009), S. 236.

des 19. und 20. Jahrhunderts und ködern das Publikum mit der Nennung berühmter Namen.“<sup>207</sup>

Schärfer noch urteilt sie über Kehlmanns Roman „Ruhm.“, bei dem man das Gefühl habe, dass es die Geschichte schon gegeben habe, bevor Kehlmann sie niedergeschrieben habe. Nichts ist überraschend oder unüblich. Zum x-ten Mal inszenierte er den postmodernen Einserschmäh, wonach Wirklichkeit bloß eine Erfindung des Autors sei. Die Vermischung von Fiktion und Realität gerät zum „(...) heruntergespulten Programm des belelenen Literaturdeppen.“<sup>208</sup>

Auch andere kritisieren Kehlmann scharf. So schreibt Schmidt über die Essay-Sammlung „Lob“, dass es am Schreibstil liegt, „(...) dass Kehlmann einem mitunter vorkommt wie ein naseweiser Gymnasiast (...)“. Kehlmann wirke wie eine lebendige Enzyklopädie und ein Ein-Mann-Kindlerlexikon.<sup>209</sup>

Wie diese kurze und beispielhaft gehaltene Darstellung von Daniel Kehlmanns Wahrnehmung durch andere LiteratInnen und KritikerInnen zeigen konnte, divergiert diese sehr stark, stellt aber immer wieder thematische und stilistische Merkmale unabhängig von einander fest. So findet sich bei allen eine Charakterisierung Kehlmanns als Erzähler mit leicht zu lesendem Schreibstil, der immer wieder Beispiele aus dem bildungsbürgerlichen Kanon verwendet.

## **7.2 Kehlmanns Habitus - eine erste Analyse**

Haefs versucht Kehlmanns Habitus anhand seiner Werke zu skizzieren und kommt zu dem Schluss, dass der belesene Autor Kehlmann jemand sei, den man nicht mehr für möglich gehalten hatte: er ist nicht politisch und trotzdem oder gerade deshalb ein in der Öffentlichkeit gefragter Intellektueller. Er ist nicht Vaterlandsbeschimpfer, nicht Gesellschaftskritiker, nicht Misanthrop, kein programmatischer Kulturkonservativer und kein Phantom. Er sei, überspitzt formuliert, als Inkarnation eines juvenilen, die Ironie als Stilmittel und als Haltung auf neue Art perfektionierenden Thomas Mann ins literarische Feld eingetreten. Kehlmann ist für Haefs ein neuer Typ des mediensozialisierten Autors in der Wissensgesellschaft, der Popliterarisches und Goethes Kultur mischen könne, und so die Grenzen von E- und U-Kultur verschwimmen lassen könne. Dies geschehe aus literarischer Notwendigkeit und führe, wie bei Bourdieu ausgeführt, zu einer Neudefinition des Kanons.<sup>210</sup>

---

<sup>207</sup> Fleischanderl (2010b), S.19.

<sup>208</sup> Fleischanderl (2010a), S.134-135.

<sup>209</sup> Vgl. Schmidt (2010), S. 16.

<sup>210</sup> Vgl. Haefs (2009), S. 244.

Kehlmanns Opposition gegen Thomas Bernhard und gegen das politische und das provozierende Schreiben sind thematische Positionen, die rund um das Jahr 2000 im Feld schwach besetzt sind, schon gar nicht von jungen AutorInnen.

Die Polemisierung gegen die Vermarktung der Literatur spricht wiederum ein kulturkonservatives Publikum an. Dieser Aspekt ist sehr interessant, da v.a. für Kehlmanns neuere Werke sehr stark Werbung gemacht wurde. U.a. wurden Inserate für seinen Roman „Ruhm“ geschaltet, etwa in der Wochenzeitung *Die Zeit* vom 15.Jänner 2009<sup>211</sup>, oder Werbung für den Roman bzw. das Hörbuch „Vermessung der Welt“, ebenfalls beispielsweise in der Wochenzeitung *Die Zeit*<sup>212</sup>. Dies sind sehr unübliche und seltene Werbeausgaben für literarische Werke, da dies mit enormen Kosten verbunden ist. So kostet etwa ein Inserat in der Größe einer Drittelseite im Literaturteil der Wochenzeitung *Die Zeit* 6.900,- Euro.<sup>213</sup>

Die Positionierung und sein Selbstverständnis zeigen, dass es rund um das Jahr 2000 eine Lücke im literarischen Feld gab, die gefüllt werden konnte: Eine Positionierung als gebildeter, apolitischer Erzähler war möglich. Wie Kehlmann dies als Inszenierung in Massenmedien umsetzte, soll in dieser Arbeit gezeigt werden. Dass diese Positionierung und Inszenierung nicht unbedingt eine künstlich angenommene Rolle ist, sondern mit Kehlmanns Naturell zu tun hat, sollten die Ausführungen zu Goffmans theoretischem Modell zeigen. Es soll in dieser Arbeit nicht unterstellt werden, dass es sich dabei um eine unnatürlich, rein aus markttechnischen Gründen vollzogene Inszenierung handelt.

### **7.3 Exkurs: Das Produkt Daniel Kehlmann**

Wie bereits kurz erwähnt wurde, handelt es sich bei Daniel Kehlmann durchaus um eine echte Marke oder eben sogar ein Produkt. Neben den bereits zitierten Werbeeinschaltungen in Zeitungen, findet man auch noch weitere Marketingmethoden bei seiner Inszenierung.

Wie stark die mediale Vermarktung des neuen Romans „Ruhm“ betrieben wird, zeigt z.B. ein professionell produziertes Video das der Rowohlt Verlag zu Promotionzwecken erstellt hat. Das Video ist u.a. beim Onlinebuchhändler Amazon und auf der Onlinevideoplattform Youtube abrufbar.<sup>214</sup>

---

<sup>211</sup> Vgl. u.a. *Die Zeit* (2009), S. 43.

<sup>212</sup> Vgl. u.a. *Die Zeit* (2005) S. 29.

<sup>213</sup> Vgl. *Die Zeit* (2012).

<sup>214</sup> Vgl. Rowohlt (o.J.).

Die Vermarktungsstrategie von Daniel Kehlmanns Roman „Ruhm“ ging noch einen Schritt weiter: LiteraturkritikerInnen wurden mittels Vertrag dazu verpflichtet, den Inhalt absolut vertraulich zu behandeln, keine Rezension oder Teile des Werkes vor dem 16.01.2009 zu veröffentlichen, da sonst eine Pönale von 250.000 Euro zu zahlen sei. Die Strategie ging auf: Die Medien berichteten fast alle konzertiert am 16. Jänner 2009 über Kehlmanns neuen Roman. Zusätzlich entbrannte ein Wettlauf einiger Medien (unter vertraglich abgesicherten Exklusivverträgen) um das erste Interview und die erste Rezension.<sup>215</sup>

Rowohlt ging bei der Durchsetzung des Vertrages sogar soweit, dass sie das Nachrichtenmagazin *Der Spiegel* wegen der Verletzung der Sperrfrist um elf Tage klagten. Dieses Verfahren wurde aber letztendlich nicht geführt.<sup>216</sup> Inwiefern diese Klagsdrohung allerdings zusätzlich eine erfolgreiche PR-Aktion war, die evtl. sogar angedacht war, bleibt offen. Denn auch die Berichterstattung über das Vorgehen des Verlages in dieser Causa brachte den Roman in die Medien.

Abschließend soll noch erwähnt werden, dass sich Daniel Kehlmann, wie fast alle AutorInnen die noch aktiv publizieren auch online vermarktet. So hat er seine eigene Website <http://www.kehlmann.com/>, auf der er neben Biografie, Werken (inkl. Hörbüchern und Übersetzung), Preise und ausgewählte Pressemeldungen archiviert sind. Die Website dient v.a. der Selbstdarstellung, eine Interaktion, ist nicht vorgesehen.<sup>217</sup> Damit im Einklang steht auch, dass Daniel Kehlmann kein aktives Profil im Sozialen Netzwerk Facebook hat. Es existiert lediglich eine Fan-Page über ihn, die sich inhaltlich aus seinem Wikipedia Eintrag speist und keinerlei Möglichkeit zur Interaktion bietet.<sup>218</sup>

---

<sup>215</sup> Vgl. Schwens-Harrant (2010), S. 125-126

<sup>216</sup> Vgl. Siemes (2009), S. 41.

<sup>217</sup> Vgl. Website von Daniel Kehlmann. (04.07.2011)

<sup>218</sup> Vgl. Facebook Profil von Daniel Kehlmann.





## 8 Forschungsinteresse und Forschungsfragen

Wie bereits im Verlauf der Arbeit ersichtlich wurde, existieren Techniken, die sich zur Erreichung oder zur Verteidigung einer Position im literarischen Feld eignen. Eine dieser Techniken ist die Inszenierung über Auftritte, Interviews und Aussagen in Massenmedien. Die Wichtigkeit von medialer Inszenierung wurde bereits erläutert und anhand von Praxisbeispielen dargelegt.

Im empirischen Teil dieser Diplomarbeit soll nun die mediale Inszenierung von Daniel Kehlmann untersucht werden und gezeigt werden, wie er diese Techniken einsetzt um seine Position im österreichischen literarischen Feld zu erlangen bzw. zu sichern. Aufbauend auf den theoretischen Ansätzen Bourdieus und Goffmans, den Praktiken des Kulturmarketing und den medienwissenschaftlichen Aspekten, ergibt sich folgende forschungsleitende Frage:

**Wie sieht Daniel Kehlmanns mediale Selbstinszenierung im literarischen Feld Österreichs aus?**

Die forschungsleitende Frage dieser Arbeit wird in mehrere Forschungsfragen untergliedert, die mit Hilfe einer qualitativen Inhaltsanalyse von Zeitungs- und Zeitschrifteninterviews beantwortet werden sollen.

### 1. Welches Image will sich Daniel Kehlmann selbst geben?

Die Wichtigkeit des Images wurde in Kapitel 6.2 bereits erörtert. In dieser Arbeit wird untersucht, mit welchem Image Daniel Kehlmann sich zu inszenieren versucht. Dazu ist nicht nur ein bestimmtes Image mit den dazupassenden Inszenierungen notwendig. Es müssen in den Interviews und Auftritten auch immer wieder ähnliche Motive tradiert werden, woraus sich ein Unteraspekt der Forschungsfrage ergibt: Mit welchen Motiven versucht sich Kehlmann zu inszenieren?

So kann ein Autor wie Thomas Mann sich immer wieder als staatstragender Künstler inszenieren. Er arbeitet immer wieder mit denselben Motiven in seinen Interviews und Reden.<sup>219</sup>

Zum Bereich der Motive zählen in geringerem Umfang auch Themengebiete, die neben Literatur, dem aktuellen Buch bzw. dem Autor selbst, noch angeschnitten werden. Dies

---

<sup>219</sup> siehe Kapitel 6.4

können beispielsweise Themengebiete aus der aktuellen Tagespolitik oder literaturästhetische Fragestellungen sein.

## **2. Wie definiert Daniel Kehlmann seinen Künstlerbegriff?**

Forschungsfrage zwei ergründet, wie Daniel Kehlmann den Künstlerbegriff für sich definiert. Dabei handelt es sich nicht um eine programmatische oder dogmatische Definition, sondern um seinen ganz persönlichen Künstlerbegriff, um den Künstler Daniel Kehlmann. Wie sieht sein poetologisches, künstlerisches Konzept aus? Was sind die Aufgaben des Künstlers in der Gesellschaft? Sieht er im Künstler den politischen Mahner, den gesellschaftspolitischen Agent Provokateur oder den apolitischen Erzähler? Interessant wird zu sehen sein, ob Kehlmann dabei konsistent bleibt oder ob sich seine Aussagen im Zeitverlauf widersprechen. Diese Antwort soll v.a. die Selbstdefinition im Feld näher erläutern.

## **3. Welche AutorInnen sieht Daniel Kehlmann als Inspiration und Vorbilder?**

Sehr eng mit Forschungsfrage zwei gehen die nachstehenden Forschungsfragen drei und vier einher. Die Frage nach Daniel Kehlmanns literarischen Vorbildern und nach den AutorInnen, die ihn inspirieren, gibt weiteren Aufschluss auf die selbst gewählte Positionierung innerhalb des Feldes. Wählt Kehlmann historische deutschsprachige Vorbilder? Entzieht er sich der Messbarkeit indem er sich auf unbekannte AutorInnen bezieht? Beruft er sich auf ausländische AutorInnen? Wenn ja auf welche? Woher kommen diese und wie bekannt sind diese im deutschsprachigen Raum?

## **4. Auf welche AutorInnen bezieht sich Daniel Kehlmanns Häresiestrategie?**

Folgt man Bourdieus Feldtheorie sollte sich Kehlmann bei seinem Eintritt ins literarische Feld in irgendeiner Form von der herrschenden Elite abgrenzen. Häresie ist dabei das probateste Mittel. Zu analysieren beliebt, auf welche AutorInnen Kehlmann seine Häresiestrategie bezieht. Handelt es sich um etablierte, lebende AutorInnen oder um kulturell hochgeschätzte, aber bereits verstorbene? Hier muss, ebenso wie in Forschungsfrage drei geklärt werden, wie sich Daniel Kehlmann zu aktuellen jungen AutorInnen seiner Generation positioniert. Nimmt er Stellung zu diesen oder ignoriert er jegliche deutschsprachige Konkurrenz? Welche aktuellen Strömungen sieht Kehlmann als Antithese zu sich selbst?

## **5. Wie steht Daniel Kehlmann zum Literaturbetrieb?**

Haefs merkt in seiner rudimentären Habitusanalyse Kehlmanns an, dass er sich immer wieder über die Mechanismen des literarischen Marktes beschwere, über Lesungen und die vielen Interviews, die den Autor vom Schreiben abhalten.<sup>220</sup> Dem wird mittels der Inhaltsanalyse auf den Grund gegangen. Daniel Kehlmann ist mit den Praktiken des Literaturbetriebes durchaus vertraut. Offen ist allerdings, wie er dazu steht oder ob er sich überhaupt dazu äußert. Wie steht er zu seinem Erfolg? Wie beurteilt er die aktuelle Situation des Literaturbetriebs?

## **6. Wie steht Daniel Kehlmann zum Medienbetrieb?**

Als letzter Aspekt wird Kehlmanns Verhältnis zu den Massenmedien und den Medienpraktiken analysiert. Wie definiert Kehlmann seine Position zu den Medien? Nimmt er sie bewusst wahr oder äußert er sich gar nicht dazu? Wenn er sich dazu äußern sollte, bleibt spannend zu sehen, wie er deren Rolle in der Gesellschaft und im Literaturbetrieb bewertet. In den bisher getätigten Teiluntersuchungen seines Habitus', lässt sich eine leichte Skepsis zu den Medien erahnen. Es soll mit dieser Forschungsfrage allerdings tiefer analysiert werden, wie sich Kehlmann zu den Medien positioniert. Schließlich ist Kehlmann sehr oft in den Massenmedien präsent. Eine Skepsis gegenüber moderner Kommunikationstechnologien und Kommunikationspraktiken lässt sich auch in seinem Roman „Ruhm“ erkennen.

Im folgenden Kapitel (9) wird nun die für die Beantwortung der Forschungsfragen gewählte Methode erläutert. Abschließend werden die Ergebnisse der Analyse dargestellt (Kapitel 10).

---

<sup>220</sup> Vgl. Haefs (2009), S. 234-248.



## 9 Methodisches Vorgehen

Die Inszenierung Daniel Kehlmanns in deutschsprachigen Printprodukten soll Gegenstand dieser Untersuchung sein. Um diese systematisch analysieren zu können, fiel die Entscheidung auf eine sozialwissenschaftliche Methode, auf die qualitative Inhaltsanalyse. Mittels Inhaltsanalyse lassen sich Kommunikationsinhalte wie Texte, Bilder oder Filme systematisch untersuchen. Der Fokus liegt dabei beim Sender, Kommunikator. Die Hauptanalysefragen sind beispielsweise „Wer sagt etwas aus?“, „In welcher Situation und mit welchem Zweck wird diese Aussage gemacht?“ Kommunikationsinhalte sollen so systematisiert werden und in Kategorien umgewandelt werden.<sup>221</sup>

Die Stärken der Inhaltsanalyse bestehen v.a. darin, dass die Analyse in einzelne Schritte zerlegt wird. Dadurch wird die Analyse für andere nachvollziehbar, intersubjektiv überprüfbar und auf andere Gegenstände übertragbar. Im Zentrum steht immer die Entwicklung eines Kategoriensystems, das in einem Wechselverhältnis zwischen Theorie und dem konkreten Material entwickelt wird und durch Konstruktions- und Zuordnungsregeln definiert ist.<sup>222</sup>

Da sich keine konkreten Hinweise für Hypothesen aus der Literatur ergaben, wurde hypothesen-generierend vorgegangen. Daraus ergibt sich, dass für diese Arbeit eine qualitative Inhaltsanalyse nach Mayring mit zusammenfassender und induktiver Kategorienbildung gewählt wurde. Ziel dieser Form der Inhaltsanalyse ist eine induktive Kategorienbildung durch die Reduktion des Materials. Die Inhalte bleiben allerdings erhalten. Durch Abstraktion soll ein überschaubarer Corpus geschaffen werden, der immer noch ein Abbild des Grundmaterials ist.<sup>223</sup>

Als Analysematerial wurden alle erschienen Interviews in deutschsprachigen Zeitungen und Zeitschriften (inkl. ihrer Online Ausgaben) mit bzw. über Daniel Kehlmann in der Zeit von Jänner 1997 (Zeit seines Eintritts ins literarische Feld) bis Oktober 2011 (Abschluss der empirischen Untersuchung) für die Grundgesamtheit der Analyse ausgewählt. Da gerade im kulturellen Bereich der Einfluss des deutschen Literaturjournalismus in Österreich markant ist, wurden nicht nur österreichische, sondern auch deutsche Printprodukte analysiert. Einige Schweizer Publikationen, die im deutschsprachigen Raum stärker wahrgenommen werden, wurden ebenfalls miteinbezogen. Es handelte sich um die Tageszeitung *Neue Zürcher Zeitung* und die Wochenzeitung *Weltwoche*.

---

<sup>221</sup> Vgl. Atteslander (2006), S. 181-182.

<sup>222</sup> Vgl. Mayring, (2010), S. 59.

<sup>223</sup> Vgl. Mayring (2010), S. 48-49.

Literaturzeitschriften wurden bewusst ausgeblendet - es sollte ein Fokus auf die Inszenierung in General-Interest-Medien liegen, da diese einen größeren Einfluss auf das Publikum und dessen Rezeption haben als literarische Spezial-Interest-Publikationen oder Fachzeitschriften mit geringer Reichweite.

Ausgeschlossen wurden Fernseh- und Radiointerviews. Dies hat einerseits mit der schlechten Verfügbarkeit der Beiträge zu tun. Andererseits ist es sehr schwer, alle Interviewaussagen zu sammeln, da es sich oft um kurze O-Töne zu diversen Themen handelt, etwa Kehlmanns Kommentar zu Thomas Bernhards 80. Geburtstag in der Sendung Kulturmontag in ORF2 am 7. Februar 2011.

Hinzu kommt, dass eine umfassende Analyse der Inszenierung im TV mehrere Ebenen mit einbeziehen sollte. Wie bei Goffman<sup>224</sup> beschrieben, sollte dabei die Bühne, die Kleidung, der Ort etc. miteinbezogen werden. Auch Bilder, die Teil der medialen Kommunikation sind,<sup>225</sup> sollten dementsprechend eingebunden werden. Dies würde aber den Rahmen dieser Arbeit bei Weitem sprengen.

Nicht berücksichtigt wurden Onlineformate, die der Autor selbst, oder sein Verlag inhaltlich befüllt, etwa Daniel Kehlmanns Website oder Interviews, die auf der Onlinebuchverkaufsplattform Amazon zu finden sind. Dabei handelt es sich in erster Linie um PR-Mittel. Diese werden sehr bewusst vom Verlag gesteuert und bilden den Habitus nur bedingt ab. Da es sich aber bei diesen Onlinebeiträgen um relativ wenige und sehr kurze Beiträge handelt, würde dies wahrscheinlich keinen nennenswerten Einfluss auf die Ergebnisse der Analyse haben.

Die Positionierung durch seine literarischen Texte, ein anderer wichtiger Teil des Habitus', wird, wie schon erwähnt, nicht untersucht. Dies betrifft Kehlmanns thematische Positionierung, seinen Stil, seinen Erzählformen und deren Ausgestaltung. Dies inkludiert im speziellen die autobiografisch angehauchten Künstler- und Autorfiguren, wie Leo Richter in „Ruhm“. Sofern dies schon durch andere WissenschaftlerInnen geschehen ist, wurden diese Analysen bereits in Kapitel 7.2 erörtert. Dies ist bezüglich einer Analyse des Autorlabels sicher wenig problematisch. Denn die Qualität der Texte ist für die Verbreitung des Autorlabels nur bedingt relevant.<sup>226</sup>

---

<sup>224</sup> Vgl. Kapitel 5

<sup>225</sup> Vgl. Neuhaus (2009), S. 98.

<sup>226</sup> Vgl. Niefanger (2002), S. 526.

Es soll in der Analyse, wie bereits beschrieben, um das Aufzeigen der bewussten Positionierung des Autors in Massenmedien gehen und nicht um seine Wahrnehmung durch die deutschsprachige Kulturpublizistik oder die Wirkung der verlegerischen PR- und Werbemaßnahmen. Dies ist nach Bourdieu deshalb wichtig, da gesellschaftlich zu existieren heißt, eine bestimmte Stellung innerhalb der sozialen Struktur einzunehmen und deren Stempel zu tragen. Dies geschieht nicht zuletzt in Form verbaler Automatismen.<sup>227</sup>

Die Artikel sollen einen Hinweis auf Kehlmanns Positionierung im Feld geben, abseits seiner Texte. Bolz zeigt in seiner Analyse, dass eine massenmediale Inszenierung eine gängige Praktik im Kulturmarketing ist und dass regelrechte Kommunikationswelten rund um die AutorInnen aufgebaut werden.<sup>228</sup>

Der Zugang zu den Materialien war über das Literaturhaus Wien gewährleistet, dass alle Printartikel aus deutschsprachigen Zeitungen- und Zeitschriften zu österreichischen AutorInnen archiviert hat.

Artikel ab 1997 sind digital zugänglich, älter Artikel „offline“ verfügbar. Bei den digitalisierten Artikeln in denen Daniel Kehlmann erwähnt wurde (sei es im Text oder als Autor des Artikels), handelte es sich um über 1142 Artikel (Stand. 04.10.2011). Diese Zahl muss allerdings relativiert werden, da auch Erwähnungen auf Bestsellerlisten als Artikel abgelegt wurden (alleine zehn im November 2006). Es wurde nur ein relevanter Artikel unter den nicht digitalisierte Aussendungen im Printarchiv identifiziert.

Als erster Schritt der methodischen Analyse wurde das Material, alle 1142 Zeitungsartikel betreffend Daniel Kehlmann, gesichtet und die relevanten Artikel nach folgenden Kriterien ausgewählt.

Ausgewählt wurden Artikel über Daniel Kehlmann, in denen er direkt zu Wort kam. Dies muss sich nicht auf klassische Interviews beschränken, sondern inkludiert Features oder Porträts mit mehreren direkten Wortmeldungen. Interviews die zwei Mal erschienen wurden nur einmal ausgewertet.

Ausgeschlossen wurden Buchbesprechungen, Rezensionen, Berichte, Agenturmeldungen, Analysen, Meinungen zu Daniel Kehlmann, Porträts oder ähnliche Beitragsformen, in denen Kehlmann nicht direkt zu Wort kam. Es sollte nur die Selbstinszenierung untersucht werden, nicht die mediale Bewertung Kehlmanns.

---

<sup>227</sup> Vgl. Bourdieu (2001), S. 58.

<sup>228</sup> Vgl. Bolz (1999), S. 84.

Reden des Autors, die in Printprodukten oder deren Onlineausgaben erschienen sind, wurden miteinbezogen, da es sich ebenfalls um massenmedial vermittelte direkte Aussagen handelt. Dazu zählen etwa Dankesreden für Preise oder die Eröffnungsrede der Salzburger Festspiele 2010.

Ausgeblendet wurden Daniel Kehlmanns Beiträge für deutschsprachige Zeitungen und Zeitschriften, etwa seine Kolumne *science@fiction* in der Wiener Wochenzeitung *Falter*, da sich diese schwer bis gar nicht als Vehikel der Inszenierung eignen. Seine zwischen 2001 und 2005 veröffentlichten Rezensionen, in den er sehr stark die Kritiker- und Intellektuellenrolle besetzt, müssen aus demselben Grund ausgeschlossen werden. Allerdings sagen die behandelten AutorInnen und Themen seiner Kritiken, ebenso wie die Aussagen seiner Kritik, etwas über den Autor aus. So unterstreicht er mit seinem kritischen Blick auf Bernhard, seine Abgrenzung von der österreichischen etablierten Literatur.<sup>229</sup> Kehlmann schreibt lieber über seine russischen Vorbilder, z.B. Vladimir Nabokov<sup>230</sup>, oder weniger hoch geschätzte UnterhaltungsautorInnen wie Steven King<sup>231</sup> oder Bram Stoker<sup>232</sup>.

Nach mehrfacher, gründlicher Sichtung des Materials, wurden die Analyseeinheiten bestimmt und es kam zu einer ersten Paraphrasierung. Die einzelnen Kodiereinheiten wurden in knappe, nur auf den Inhalt beschränkte, beschreibende Formen umgeschrieben. Nicht inhaltstragende Textteile wurden fallengelassen. Die Paraphrasen wurden auf einheitlicher Sprachebene formuliert. Schließlich wurden sie in grammatikalischer Kurzform formuliert.

Nach der Paraphrase wurde das Abstraktionsniveau bestimmt und eine Reduktion durchgeführt. Bei einer sehr großen Materialmenge, wie sie hier vorgefunden wurde, werden Paraphrase, Abstraktion und Reduktionsschritte nicht gesondert herausgeschrieben, sondern werden gleich in einem Schritt vollzogen.<sup>233</sup> So entstand ein Kategoriensystem, dass die Aussagen systematisch zu analysieren half.

In einem zweiten Durchgang wurden die Kategorien weiter reduziert. Dies wurde mittels Heraufsetzung des Abstraktionsniveaus durchgeführt. Die Aussagen wurden Fall übergreifend zu allgemeinen Einschätzungen über den Autor generalisiert. Damit wurde das Ziel erreicht

---

<sup>229</sup> Vgl. Kehlmann (2010b).

<sup>230</sup> Vgl. Kehlmann, (1999a), S. 6.

<sup>231</sup> Vgl. Kehlmann, (2006), S. 16.

<sup>232</sup> Vgl. Kehlmann (1999b), S.8.

<sup>233</sup> Vgl. Mayring (2010), S. 69.



und eine große Materialmenge auf ein überschaubares Maß reduziert um die wesentlichen Inhalte zu erhalten

Während der Analyse wurde nach einer selbst bestimmten Textmenge, nach der nur mehr wenige Kategorien gebildet werden konnten, immer wieder eine Revision des Kategoriensystems durchgeführt um zu überprüfen, ob die Kategorien dem Ziel der Analyse nahe kommen. Um die Kategorien zu überprüfen, wurden sie am Ausgangsmaterial rücküberprüft.<sup>234</sup> Dies geschah nach einem gewissen zeitlichen Abstand, um einen Codiererbias zu vermeiden.

Die daraus resultierenden Kategorien konnten dann den Forschungsfragen zugeordnet werden. Damit konnten die Forschungsfragen beantwortet werden und Thesen zur Inszenierung Daniel Kehlmanns aufgestellt werden. Um die Analyse zu illustrieren, wurden die Forschungsfragen mit typischen Aussagen Kehlmanns beispielhaft belegt.

Die Darstellung der Ergebnisse der Analyse findet im folgenden Kapitel statt. Die Analysebögen befinden sich gesammelt im Anhang.

---

<sup>234</sup> Vgl. Mayring (2010), S. 81-85.



## 10 Analyse des ausgewählten Materials

Im folgenden Kapitel werden die Forschungsfragen, die in Kapitel 8 beschrieben wurden, beantwortet und die Ergebnisse in das theoretische Fundament der Arbeit eingebettet. Die Thesen der Inhaltsanalyse sollen zur Illustration durch direkte Zitate aus einigen den analysierten Interviews ergänzt werden.

### 10.1 *Welches Image will sich Daniel Kehlmann selbst geben?*

#### 10.1.1 Der Bildungsbürger

Das Image des Bildungsbürgers ist das dominanteste, dessen sich Kehlmann bedient. Er sieht sich als konservativer Bildungsbürger, der sich für traditionelle Themen engagiert, wie in einigen kulturpolitischen Aussagen etwa ersichtlich wird.

Der wichtigste Aspekt von Kehlmanns bildungsbürgerlichen Inszenierung ist das Betonen seiner hohen Bildung. Dies zeigt sich z.B. darin, dass er seine Standpunkte in Debatten mit Beispielen aus den Geistes- und Sozialwissenschaften oder aus der Geschichte belegt.<sup>235</sup>

Er hebt aber auch immer wieder seine künstlerische, musikalische Bildung<sup>236</sup> oder sein naturwissenschaftliches Wissen hervor.<sup>237</sup> Mit diesen Aussagen untermauert er immer wieder seine Universalbildung, die alle Forschungsbereiche aber auch die Künste abdeckt.

Ein weiterer Aspekt seiner bürgerlichen Inszenierung ist das Herausstreichen seiner Herkunft. Er nutzt dazu immer wieder Erzählungen über seine Kindheit, in der viele berühmte und intellektuelle Persönlichkeiten bei seinem Vater aus- und eingingen und er somit schon früh mit diesen in Kontakt treten konnte.<sup>238</sup> Er hebt sich dadurch von der Mehrheit der Bevölkerung ab und hievt sich selbst in elitärere Kreise.

Als weiterer Teil dieser Inszenierung muss das wiederholte Betonen des Vaterbildes gesehen werden. Kehlmann erwähnt in sehr vielen Interviews seinen Vater als zentrale Figur für seine persönliche Entwicklung, bezieht diesen als Referenzpunkt und Vorbild auch in viele andere seiner Interviewaussagen ein. Der Vater fungiert in seinen Rückblicken oft als Lehrer und Mahner, ein weiteres konservatives Idealbild. Sein Vater war für ihn ein standhaftes Vorbild

---

<sup>235</sup> Vgl. Kehlmann (2010d), 44-48; oder MM (2008), S. 61.

<sup>236</sup> Vgl. MM (2008), S. 62.

<sup>237</sup> Matussek (2005), S. 174.

<sup>238</sup> Vgl. Nüchtern (2009), S. 24-27.

in vielerlei Hinsicht. So hat er ihn künstlerisch und stilistisch geprägt: „Er hat mir beigebracht, Kunst ernst zu nehmen.“<sup>239</sup>

Am deutlichsten werden die väterliche Orientierung und seine Inszenierung als Bildungsbürger in seiner Eröffnungsrede bei den Salzburger Festspielen 2009. Er setzt sich bei dieser öffentlichen Rede bewusst in Szene, indem er das moderne, aktuell dominierende Regietheater angreift und seinen Vater, einen werktreuen Regisseur, verteidigt. Dies unterstreicht einerseits seine Position im Feld als konservativer Autor, er unterstreicht mit seiner Argumentation und den Bezügen auf seinen Vater zusätzlich seine väterliche Prägung.<sup>240</sup>

Zusätzlich dürfte der Zeitpunkt der Äußerung medial sehr klug gewählt worden sein, da sich die Rede zu einem Zeitpunkt des Sommers ereignete, der unter JournalistInnen als „Sommerloch“ bekannt ist: eine Zeit in der weder in Politik noch im Sport viele medienrelevante Dinge passieren. Damit erfuhr diese Rede eine noch größere Resonanz, da sie gegen wenige Themen in den Massenmedien bestehen musste.

Um nicht allzu sehr in ein konservatives Eck gedrängt zu werden, fallen immer wieder anerkennende Bemerkungen zu hochwertiger und anerkannter Popkultur. Er sieht sich selbst wohl auch als (jungen) Popkonsument. So betont er immer wieder, dass er „Die Simpsons“ kennt und schätzt.<sup>241</sup>

Die Inszenierung als Bildungsbürger überschneidet sich mit den bisherigen Teil-Habitusanalysen zu Themen und Stil von Kehlmanns erzählerischem Schaffen, in denen er immer wieder Bildungsaspekte betont (siehe dazu Kapitel 7.2).

### **10.1.2 Der jugendliche Handwerker**

Ein zweites Teilimage, das Kehlmann immer wieder betont, ist das des Künstlers als Handwerker. Als ein Beispiel soll hier sein Humor erwähnt werden. Er beschreibt seinen Humor und seinen Witz als etwas, das er sich erst beigebracht hat: „Ohne es geplant zu haben, habe ich mir mit ‚Ich und Kaminski‘ die Komik als Stilmittel erarbeitet“.<sup>242</sup>

Kehlmann inszeniert sich nicht als Genie sondern als Person, die schreiben als handwerklichen aber doch künstlerischen Prozess sieht. Dieser sei „normal“ für ihn, es ist

---

<sup>239</sup> Simon, (2006), S.25.

<sup>240</sup> Vgl. Kehlmann (2009) o.S.

<sup>241</sup> siehe etwa Krimbacher, Elisabeth: „Wer mag schon kluge Leute?“. In: Die Presse, Wien, 16.09.2005. S.8-10.

<sup>242</sup> Nüchtern (2005), S.64.

„ganz normale Arbeit“: „Es ist so, wenn ich mir ein größeres Projekt vorgenommen habe, dann versuche ich ein gewisses geringes, aber immer gleiches Tagespensum durchzuhalten“. <sup>243</sup> Kehlmann definiert den Schriftstellerberuf damit als eher normale Profession, mit gewissen Routinen und geregelten Arbeitsschritten. Er beschreibt den Prozess des Schreibens an anderer Stelle auch als teils unangenehme Arbeit. <sup>244</sup>

Die Inszenierung erfolgt als Self-made-Literaturstar, der den natürlichen Prozess des Schreibens als echten Beruf ausübt, mit mehr oder weniger regeltem Arbeitsrhythmus. Er inszeniert sich als Gegenpol zu jeglichem Geniegedanken.

### 10.1.3 Der glatte Erfolgsmann

Auch wenn sich Kehlmann als handwerklicher Autor inszeniert, ist er sich seines Erfolges durchaus bewusst. Er ist sich über die Tragweite seines finanziellen Erfolges im Klaren und scheint gut über seine finanzielle Ausnahmestellung im literarischen Feld Bescheid zu wissen. Er meint, zwar mit ironischer Note, dass er auch finanziell erfolgreich sein will, auch um finanziell abgesichert zu sein. <sup>245</sup>

Menasse beschreibt ein Treffen mit Kehlmann, indem dieser sehr unaufgeregt über seinen enormen finanziellen Erfolg von „Die Vermessung der Welt“ sprach, mit dem er sich seinen großen Traum erfüllen konnte: ein Arbeitszimmer, indem an allen vier Wänden Bücherregalen stehen. <sup>246</sup> Hier werden bildungsbürgerliche „Träume“ mit dem finanziellen Erfolg verbunden.

Als weiteres Beispiel kann ein Interview aus der *Kleinen Zeitung* dienen, in dem Daniel Kehlmann meint, nicht zu wissen, wie viel Geld er mit Tantiemen verdient habe und erweckt den Anschein, dass ihn finanzielle Dinge nicht interessieren. Im selben Interview weiß er, dass ihn die Finanzkrise direkt betroffen habe. <sup>247</sup>

Wie dieses Beispiel zeigt, finden sich immer wieder Widersprüche in den verschiedenen Interviews, wie im weiteren Verlauf der Arbeit zu sehen sein wird.

Kehlmanns Image als „glatte“ zu charakterisieren, soll nicht als negative Brandmarkung interpretiert werden, es bezieht sich lediglich auf Kehlmanns gesellschaftspolitische Aussagen.

---

<sup>243</sup> Ölz (2003), S.VII.

<sup>244</sup> siehe etwa Lovenberg(2008), S. Z6.

<sup>245</sup> siehe etwa Paterno (2006), S. 134-138.

<sup>246</sup> Vgl. Menasse (2008), S. 31.

<sup>247</sup> Vgl. Reiterer, (2009), S. 80.

Kehlmann ist einer der wenigen österreichischen Autoren der Gegenwart, der sich selten bis nie zu tagespolitischen Ereignissen äußert und er bekennt das auch. „Wenn ein Schriftsteller es als Teil seiner Arbeit betrachtet, solche Texte (politische Anm.) zu schreiben, dann habe ich nichts dagegen einzuwenden, aber ich habe nicht das richtige Temperament dafür.“,<sup>248</sup> meinte Kehlmann etwa 2009. Es scheint ihn weder deutsche noch österreichische Innenpolitik zu interessieren, geschweige denn scheint er ein Bedürfnis zu verspüren, diese zu kommentieren.

Er bekennt auch, etwa im Bezug auf gesellschaftspolitische Belange, dass er keinen Skandal auslösen will: „Es erfüllt wohl für Feuilletonleser einen Grundwunsch nach ständig sich ereignenden mittelschlimmen Skandalen. Die Frage ist nur: Wer will so einen Skandal heute noch auslösen?“<sup>249</sup> Ein Unterfangen das, wie in Kapitel 6.2 gezeigt wurde, 2012 nahezu unmöglich ist.

Er wirkt allerdings bedingt außen- und kulturpolitisch interessiert, z.B. wenn er etwa über seine Reise mit dem deutschen Außenminister erzählt.<sup>250</sup> Er wirkt, als ob er möglichst wenig anecken wolle und sich nur zu Themen äußert, die unbedenklich sind.

#### **10.1.4 Zusammenfassung**

Die erste Imagefacette dient Kehlmann um den im Jahr 2000 freien Raum des bildungsbürgerlichen, konservativen aber noch jungen Autors im literarischen Feld zu besetzen. Interessanterweise scheint diese Position sowohl im deutschen als auch im österreichischen Feld frei zu sein. Kehlmann braucht nicht zu provozieren, da der Eintritt ins literarische Feld leicht möglich ist. Auch würden Provokationen schwer mit der konservativen Positionierung einhergehen.

Die zweite Imagefacette, der Künstler als Handwerker, passt ebenfalls gut in dieses Bild, der fleißige Künstler, der kein Lotterleben führt. Es eröffnet zusätzlich eine Abgrenzung zu jeglichem Geniegedanken und zu vielen anderen literarischen Strömungen der Zeit, wie etwa der Popliteratur (siehe Kapitel 10.4).

Die dritte Imagefacette, der glatte Erfolgsmann, fügt sich auch in das Bild. Kehlmann ist erfolgreich und selbstbewusst, angepasst und nicht aufrührerisch.

Alle drei Imagefacetten lassen sich passabel zu einem Gesamtimage verknüpfen.

---

<sup>248</sup> Klauhs (2009), S. 63

<sup>249</sup> Kerbler (2006), S. 29.

<sup>250</sup> Vgl. Paterno (2006), S. 137.

Die hier herausgearbeiteten Imagefacetten Kehlmanns sollen nicht andeuten, dass er seine LeserInnen täuschen will. Es handelt sich wie, bei Goffman ausgeführt, um eine alltägliche Inszenierung der Person Daniel Kehlmann. Sie ist Teil seines Habitus'. Sein Image wird allerdings zu Marketing- und Positionierungszwecken in eben solchen öffentlichen Aussagen verstärkt und öffentlich inszeniert.

Aus der vorangegangenen Analyse kann folgende These abgeleitet werden:

*Daniel Kehlmann inszeniert sich als bildungsbürgerlicher, handwerklicher Autor, der sich apolitisch verhält.*

## **10.2 Wie definiert Daniel Kehlmann seinen Künstlerbegriff?**

Ein wichtiger Bestandteil der Analyse des Künstlers Daniel Kehlmann ist sein eigener Künstlerbegriff. Er ist ein weiterer Mosaikstein, mit dessen Hilfe sich der gewählte Platz im Feld näher bestimmen lässt.

Ähnlich wie bei Kehlmanns gewählten Image ist seine Definition des Künstlerbegriffs konservativ verortet. So betont Kehlmann, dass er ein Befürworter traditioneller Werte in der Kunst sei, v.a. im Theater und in der Literatur.<sup>251</sup>

Die wiederholten Angriffe auf das Regietheater, reihen sich perfekt in das Bild des konservativen Bildungsbürgers ein. So spricht Kehlmann von den „inzwischen schon altbewährten Zutaten der sogenannten Aktualisierung“ und meint: „Wer gegen das sogenannte Regietheater ist, muss beileibe nicht konservativ sein, aber gerade mancher tiefkonservative Mensch hält die teuren und konventionellen Spektakel des Regietheater für unangreifbar.“<sup>252</sup> Er kritisiert das Regietheater als Dogma und letzter Fluchtpunkt der Linken.<sup>253</sup>

Diese und ähnliche Aussagen unterstreichen die angestrebte bzw. zu verteidigende Feldposition als junger, konservativer Künstler. Ebenfalls schlüssig fügt sich da Kehlmanns Festhalten an der alten Rechtschreibung ein.

Die apolitische Haltung zieht er in seinen Künstlerbegriff weiter. So sieht er die Aufgabe des Schriftstellers in der heutigen Gesellschaft nicht als die des politischen Kommentators oder

---

<sup>251</sup> Vgl. Kehlmann (2009), o.S.

<sup>252</sup> Kehlmann (2009) o.S.

<sup>253</sup> Vgl. Kehlmann (2009), o.S.

die des gesellschaftspolitischen Akteurs. Der Schriftsteller und seine Kunst sollen unpolitisch sein.

Ein weiterer Aspekt seines Künstlerbegriffs, der mit dieser politisch angepassten Haltung einhergeht, betrifft Kehlmanns stilistische Positionierung, die er in den Interviews äußert. Er sieht sich nicht als Sprachkritiker, kritisiert die geringe Lesbarkeit der deutschen Literatur und sieht sich selbst als traditioneller Erzähler. Er beschreibt seinen Stil als magisches, nicht triviales Erzählen, das ästhetisch anspruchsvoll und hochwertig ist.<sup>254</sup>

Folgende These lässt sich zu Daniel Kehlmanns Künstlerbegriff ableiten:

*Kehlmanns Künstlerbegriff ist sehr konservativ, apolitisch und dem unterhaltendem Erzählen zuzuordnen.*

### **10.3 Welche AutorInnen sieht Daniel Kehlmann als Inspiration und Vorbilder?**

Zu einer Positionierung im Feld zählt auch die Orientierung an anderen AutorInnen. Wenn Kehlmann immer wieder die geringe Lesbarkeit der aktuellen deutschsprachigen Literatur kritisiert, stellt sich die Frage, an wem er sich an deren statt orientiert bzw. anknüpft.

Passend zu Kehlmanns Inszenierung als bildungsbürgerlicher Autor, sind seine deutschsprachigen Vorbilder und Orientierungspunkte in der Blütezeit des deutschen Bürgertums zu finden: Klassisch bürgerliche SchriftstellerInnen wie Thomas Mann dienen ihm ebenso als Vorbilder, wie weniger gelesene AutorInnen und PhilosophInnen mit hoher feldinterner Reputation wie Leo Perutz, Hannah Arendt oder Karl Popper.<sup>255</sup>

Die Hauptorientierungspunkte in Literaturgeschichte und Gegenwartsliteratur die Kehlmann in seinen Interviews erwähnt, sind allerdings fremdsprachige AutorInnen. Dazu zählt in erster Linie die südamerikanische Literatur, hier v.a. Jorge Luis Borges und Gabriel García Marquez. Kehlmann fasziniert dabei v.a. deren Erzähltechnik, u.a. das magische Verschwimmen von Realität und Traum.<sup>256</sup> Themen die Kehlmann auch in seinen Werken behandelt.

---

<sup>254</sup> siehe u.a. Zemmann (1997), S. 4.

<sup>255</sup> Vgl. Engel(2010), S. 33.

<sup>256</sup> siehe etwa Matussek (2005), S. 174.



Kehlmann orientiert sich ebenfalls an einigen US-amerikanischen AutorInnen, v.a. an den AutorInnen von Unterhaltungsromanen, wie Stephen King oder Thomas Pynchon.<sup>257</sup>

Als dritter großer nicht-deutschsprachiger literarischer Orientierungspunkt dient ihm die russische Literatur, allen voran der Exilautor Vladimir Nabokov. Auch dieser wird von Kehlmann wegen seines Erzählstils verehrt.<sup>258</sup>

Diese Orientierung scheint sehr schlüssig, da er ja die aktuelle deutschsprachige Literatur ablehnt (siehe Kapitel 10.4). Kehlmann kann bei seiner Vorbildwahl auch wieder seine Bildung betonen, da er immer wieder betont, viele AutorInnen im Original gelesen zu haben, weit bevor deren deutsche Übersetzung erhältlich war.

Kehlmann entzieht sich dadurch teilweise der Vergleichbarkeit durch einen breiteren Leserkreis, in dem er einen Teil seiner Vorbilder nicht aus dem deutschsprachigen Feld bzw. dem dortigen Kanon entnimmt.

Daraus kann man die These ableiten:

*Daniel Kehlmann sieht seine literarischen Vorbilder in ausländischen, hoch konsekrierten ErzählerInnen.*

## **10.4 Auf welche AutorInnen bezieht sich Daniel Kehlmanns Häresiestrategie?**

Eine der wichtigsten Strategien zu Eroberung einer Position beim Neueintritt ins literarische Feld ist die Häresie. Das ist auch bei Kehlmann klar ersichtlich. Seine Häresiestrategie bezieht sich nahezu auf alle bekannten, sich gut verkaufenden oder als hochwertig konsekrierten lebenden AutorInnen im österreichischen und deutschen Feld.

Kehlmann lehnt nahezu die gesamte deutschsprachige Gegenwartsliteratur ab. Er grenzt sich sowohl von der deutschsprachigen Nachkriegsliteratur ab, als auch von zeitgenössischer Avantgarde. Sehr stark ist seine Abgrenzung gegenüber den etablierten, konsekrierten österreichischen AutorInnen Thomas Bernhard, Elfriede Jelinek und Peter Handke. Zu Bernhard äußert er sich am öftesten: „Ich mag ihn nicht, ich kann mit ihm nichts anfangen.“<sup>259</sup> Bernhard sei nie auf Neues aus, er habe nur reproduziert.

---

<sup>257</sup> Vgl. Nüchtern (2009), S. 26.

<sup>258</sup> siehe etwa Lovenberg (2006), S. 4.

<sup>259</sup> Weinzierl, (2006), o.S.

Aber auch seine Abgrenzung gegenüber der gesamten Gruppe 47 ist sehr offensichtlich: „Die Gruppe 47 steht eben auch für die Herausbildung der Betriebs, des Vorlesezirkus, der allgemeinen Umtrieblichkeit als tragendes Prinzip des Systems.“<sup>260</sup>

Holler stellt dazu fest:

„Je häretischer der Diskurs eines Autors oder, wenn man so will, je innovativer sein Programm, desto mehr wird es ihm darum zu tun sein, nicht bloß Ansprüche als Erbe einer Anerkannten, ruhmreichen Ahnenreihe explizit geltend zu machen, sondern vielmehr darum, den anerkannten Kanon umzuwerten (...).“<sup>261</sup>

Kehlmann sieht sich sicherlich insofern als innovativer Autor, da er das Erzählen im deutschen und österreichischen Feld wieder entdeckt, dass in den letzten Jahrzehnten eher vernachlässigt wurde. Der Germanistikstudent Daniel Kehlmann ist sich eines derartigen Vorgehens wahrscheinlich bewusst und spielt damit.

Immer wieder inszeniert sich Kehlmann als Gegenpol zur Popliteratur, v.a. zu deren Medienpräsenz. Auch wenn er immer wieder Popkultur als Referenz heranzieht oder von ihm konsumierte TV-Serien erwähnt, so ist seine Abgrenzung gegen diese literarische Strömung offensichtlich.<sup>262</sup>

Als These lässt sich formulieren:

*Kehlmann versucht sich mit seiner Häresiestrategie von fast allen bekannten deutschsprachigen AutorInnen abzugrenzen um sich als echte Alternative zu Bisherigem zu inszenieren.*

## **10.5 Wie steht Daniel Kehlmann zum Literaturbetrieb?**

Wie bereits kurz angeschnitten wurde, hat Daniel Kehlmann ein sehr differenziertes Verhältnis zum Literaturbetrieb.

Meist inszeniert er sich als Künstlers, der nichts mit dem Literaturbetrieb und den Vermarktungsmechanismen zu tun haben will. Er sieht sich als reflektierter Kenner des Literaturmarktes und des Literaturmarketings und kritisiert die Struktur des literarischen Marktes in Österreich und den Literaturbetrieb an sich: so kritisiert er, die Praktiken der

---

<sup>260</sup> Kehlmann (2006a) S.47.

<sup>261</sup> Holler (2009), S. 179.

<sup>262</sup> Siehe z.B. Krimbacher (2005), S.8-10.

Lesereisen oder die Literaturwettbewerbe: „Im Grunde könnten die in Klagenfurt (Anm.: Bachmann-Preis) jetzt aufhören, es wäre ein schöner Abschluss.“<sup>263</sup>

In einem *Falter*-Interview 2009 fallen immer wieder Bemerkungen, wie sehr Kehlmann der Literaturbetrieb und v.a. das Marketing und die Lesungen zuwider seien und wie dankbar er sei, dass ihm der Verlag so viel abnehme. Er beklagt auch seinen Erschöpfungszustand nach der Lesereise zu „Die Vermessung der Welt“.<sup>264</sup>

Diese Kritik am Literaturbetrieb verstärkt einerseits die erste Positionierung als konservativer Künstler, andererseits untermauert es seinen Anspruch als hochwertiger, nicht kommerziell orientierter Künstler zu gelten. Damit versucht er wahrscheinlich die Angriffe und künstlerischen Abwertungen, die ihm durch seinen kommerziellen Erfolg ereilten, etwas abzumildern.

Haefs' Analyse zu Kehlmanns thematischer Positionierung kommt zu einem ähnlichen Schluss: Kehlmann entspräche nicht den gängigen Selbstinszenierungsgesten, da er nicht mit der Eventkultur einhergeht und auch keine Skandale provoziere. Kehlmann beschwert sich immer wieder über eben diese Inszenierungsmechanismen des literarischen Marktes, auch über die Lesungen und die vielen Interviews, die den Autor vom Schreiben abhalten.<sup>265</sup>

Doch Kehlmanns kritische Aussagen zum Literaturbetrieb sind nicht immer so eindeutig festzumachen. Denn einige Aussagen widersprechen anderen Äußerungen und dem Verhalten Kehlmanns. So vermittelt Kehlmann seine Kritik über diverse mediale Kanäle und auf den diversen Presseterminen, nimmt also die Marketingevents und PR-Termine doch wahr.

Weiters erwähnt er in einem Interview während der Promotion für „Die Vermessung der Welt“, dass er bereit sei, bei der Vermarktung des Buches mitzuhelfen: „Ich habe diese Grundsatzentscheidung für mich getroffen: Für die Vermarktung des Buches mache ich einige Dinge.“<sup>266</sup>

Ein weiterer Widerspruch findet sich in der Einleitung eines *Falter*-Interviews, in dem Kehlmann dem Journalisten Klaus Nüchtern die Antwort auf die Interviewanfrage via Blackburry aus Paris mitteilte. Diese Antwort beinhaltete, so Nüchtern, eine Zusage, dass das Interview kein Problem sei, allerdings *FAZ* und *Der Spiegel* zuerst veröffentlichen dürfen und dass das Interview nicht vor dem 16. Jänner 2010 veröffentlicht werden dürfe, da sonst eine

---

<sup>263</sup> Diez (2006), S. 43.

<sup>264</sup> Vgl. Nüchtern (2009), S. 24.

<sup>265</sup> Vgl. Haefs (2009), S. 234-248.

<sup>266</sup> Paterno, (2006), S.135.

Pönale von 250.000 Euro drohe.<sup>267</sup> Für jemanden, den der Literaturbetrieb mit seinen Vermarktungsmechanismen nicht interessiert und der diesen ablehnt, wirkt die Kenntnis über solche Praktiken widersprüchlich.

Ein weiterer Widerspruch, der sehr eng mit der vorherigen Thematik einhergeht, betrifft Kehlmanns Aussagen zu seinem eignen Ruhm. Kehlmann beklagt oft die negativen Seiten des Ruhms und charakterisiert ihn als „eine Komödie von Bunuel“, eine Glückskatastrophe.<sup>268</sup>

In anderen Interviews bekennt er sich zu diesem Ruhm und findet ihn angenehm, indem er seinen Namen auch bei Behörden nutzen könne.<sup>269</sup>

In diesem Zusammenhang kritisiert er immer wieder die Trennung zwischen finanziellen Erfolg bzw. Publikumserfolg und literarischem Wert. Diese sind für Kehlmann nicht per se zu trennen. Dies hat sicherlich auch mit Kritik an der literarischen Qualität seiner Texte zu tun, die seit dem Erfolg von „Die Vermessung der Welt“ aufkommt. So versucht er immer wieder diese Kritik zu minimieren, indem er z.B. erwähnt, dass er ja bei Suhrkamp sei, oder indem er betont, dass er NichtleserInnen zum Lesen bringe.<sup>270</sup>

Auffällig ist die Tatsache, dass sich die kritische Einstellung zum Literaturmarkt stärker ab dem Zeitpunkt der Präsentation seines Romans „Ruhm“ ausmachen lässt. Also erst nach dem kommerziellen Erfolg von „Die Vermessung der Welt“. Diese These ist allerdings zum Zeitpunkt des Verfassens dieser Arbeit noch nicht überprüfbar, da zu wenig Material dazu vorliegt.

Daraus lässt sich folgende These ableiten:

*Daniel Kehlmann versucht sich zunehmend als Künstler zu positionieren, der die Mechanismen und Vermarktungspraktiken des Literaturmarktes ablehnt und dem der Erfolg passiert ist.*

---

<sup>267</sup> Vgl. Nüchtern (2009), S. 24.

<sup>268</sup> Vgl. Kehlmann, (2010c), S. 174.

<sup>269</sup> Vgl. Nüchtern (2009), S. 24.

<sup>270</sup> Vgl. Lovenberg (2006), S. 41

## **10.6 Wie steht Daniel Kehlmann zum Medienbetrieb?**

Als letzter Aspekt der medialen Selbstinszenierung von Daniel Kehlmann soll noch dessen Einstellung gegenüber dem Medienbetrieb analysiert werden.

Kehlmann inszeniert sich als Kenner des Kultur- und Literaturjournalismus, jedoch beklagt er die aktuellen journalistischen Praktiken. Etwa beschwert er sich über den Medienrummel um seine Person bei der Veröffentlichung von „Ruhm“, es seien sehr viele Interviewanfragen an ihn herangetragen worden.<sup>271</sup>

Auch Beschwerden über die zunehmende mediale Neugier im Bereich seines Privatlebens sind zu vernehmen.

Er zeigt des Öfteren, dass er die Medienlogiken und Praktiken kennt und kritisiert. Er kritisiert etwa das Medien den Marktes für Intelligentes unterschätzen, v.a. im Fernsehen. den Markt für hochwertige Sendungen: „Es ist einer der radikalen Grundirrtümer der Medienwelt unserer Tage, dass es für Dinge mit Niveau und Anspruch kein Publikum gäbe.“<sup>272</sup>

Er kritisiert in Interviews, wie auch in seinen Werken, die mediale Durchdringung aller Lebensbereiche. Die modernen Kommunikationswelten wie Mobilkommunikation und Onlinewelten dürften ihm unbehaglich sein: „Mobiltelefone und E-Mails schaffen eine Parallelwirklichkeit. Man kann neben dem eigenen zusätzliche Leben führen (...).“<sup>273</sup>

Andererseits finden sich auch Interviews in denen er bekennt, ein Medienstar zu sein und dass er Spaß daran habe. Allerdings sei er ein anderer Medienstar als etwa die Popliteraten, von denen er sich immer wieder abgrenzt.<sup>274</sup>

Wenn Kehlmann betont, dass im TV oft relevantere Kunst zu sehen sei, als im Theater, nutzt er seinen Medienreflexion wieder dazu, das vorherrschende Regietheater zu kritisieren und auch um seine konservative Einstellung zum Theater zu unterstreichen.

---

<sup>271</sup> Vgl. Nüchtern (2009), S.24.

<sup>272</sup> Lovenberg (2006), S. 4.

<sup>273</sup> Lovenberg (2008), S. Z6.

<sup>274</sup> Vgl. Nüchtern (2009), S. 24.

Gerade die schon mehrfach zitierte Rede bei den Salzburger Festspielen 2009 scheint bezüglich Inhalt und Zeitpunkt eine bewusst gewählte „Provokation“ zu sein, mit der er sich mehrere Tage mediale Aufmerksamkeit sichern konnte.

Als letzte These lässt sich feststellen:

*Daniel Kehlmann sieht sich als Kritiker der Mediengesellschaft, der aber mit den Praktiken dieser bewusst spielt.*

## 11 Zusammenfassung der Ergebnisse

Zusammenfassende lassen sich folgende sechs Thesen aus Daniel Kehlmanns Interviewaussagen in Printprodukten herausdestillieren:

1. Daniel Kehlmann inszeniert sich als bildungsbürgerlicher, handwerklicher Autor, der sich apolitisch verhält.
2. Kehlmanns Künstlerbegriff ist sehr konservativ, ebenfalls apolitisch und dem unterhaltendem Erzählen zuzuordnen.
3. Daniel Kehlmann sieht seine literarischen Vorbilder in ausländischen, hoch konsekrierten ErzählerInnen.
4. Kehlmann versucht sich mit seiner Häresiestrategie von fast allen bekannten deutschsprachigen AutorInnen abzugrenzen um sich als echte Alternative zu Bisherigem zu inszenieren.
5. Daniel Kehlmann versucht sich zunehmend als Künstler zu positionieren, der die Mechanismen und Vermarktungspraktiken des Literaturmarktes ablehnt und dem der Erfolg passiert ist.
6. Daniel Kehlmann sieht sich als Kritiker der Mediengesellschaft, der aber mit den Praktiken dieser bewusst spielt.

Die daraus ersichtliche Positionierung Kehlmanns im literarischen Feld setzt sich also aus drei Facetten zusammen:

- I. Der konservative, bürgerliche Autor.
- II. Der autonome Kritiker des Kunst- und Literaturbetriebs .
- III. Der Kritiker der modernen Kommunikationspraktiken.

Da jede Neupositionierung von den bereits besetzten Positionen im Feld abhängig ist <sup>275</sup>, unterstreicht Kehlmann diese mit adäquaten Abgrenzungs- bzw. Anlehnungsstrategien gegenüber AutorInnen. Die Position des konservativen Autors scheint rund um das Jahr 2000 sowohl im deutschen als auch im österreichischen Feld frei zu sein. Kehlmann schafft es diesen Platz zu besetzen.

Natürlich darf dabei nicht außer Acht gelassen werden, dass für den Erfolg einer Innovation die strukturelle Lücke als mögliche Alternative vorhanden sein muss und dass der Erfolg einer künstlerischen Neuerung auch damit zusammenhängt, ob der Autor, die Autorin ein adäquates

---

<sup>275</sup> Vgl. Jurt (1995), S. 95-96.

Publikum findet.<sup>276</sup> Diese Faktoren treffen hier alle zu und so kann ein Teil des Erfolgs von Daniel Kehlmann erklärt werden.

Auch wenn Bourdieu noch meinte, dass KünstlerInnen heute von der Unterwürfigkeit gegenüber der Presse getrennt seien,<sup>277</sup> dann muss das für die moderne Mediengesellschaft in Zweifel gezogen werden. Die AutorInnen brauchen die in Medien medial generierte Aufmerksamkeit, auch wenn sie nur auf symbolisches Kapital aus sind. Kehlmann sieht sich als Antithese zur Popliteratur und will sich speziell gegenüber dieser Strömung abgrenzen, aber er spielt genauso mit den Medien und nutzt diese zur Inszenierung.

Wie anhand der hier vorliegenden Analyse der medialen Inszenierung Daniel Kehlmanns im österreichischen literarischen Feld gezeigt werden konnte, muss Bourdieus Feldtheorie im literarischen Feld um den Einfluss der Massenmedien ergänzt werden, da diese eine zu große Rolle spielen um sie zu vernachlässigen. Sie durchdringen das Feld in den modernen Mediengesellschaften auf vielen Ebenen, sie fungieren etwa als Konsekrationsinstanzen im literarischen Feld aber auch als Mittel der Positionierung. Sie helfen bei der Häresie und bei der Verteidigung der orthodoxen Positionen gleichermaßen.

Die Konkurrenz am literarischen Markt steigt aber durch Heteronomie und bedingt dadurch auch einen Kampf um mediale Aufmerksamkeit. Dabei ist ein klares Image (Goffman), eine eindeutige Feldposition (Bourdieu) von Vorteil. Denn der Erfolg eines Buches, nicht nur der ökonomische, hängt nicht mehr primär von akademischen, literarischen Institutionen ab, sondern maßgeblich von der Resonanz eines Buches in der Öffentlichkeit. Sie gibt einem Werk sowohl symbolischen, sozialen und ökonomischen Erfolg.<sup>278</sup>

Ein Buch, ich möchte ergänzen ein Autor, eine Autorin, muss seinen Markt finden, muss vielen Ansprüchen genügen. Er oder sie muss den Literaturvermittlungsprozess erfolgreich passieren und somit sämtliche Marketingkriterien erfüllen.<sup>279</sup> „Gerade auch für den Autor gilt: Medienpräsenz ersetzt den Ruhm.“<sup>280</sup> Und dafür ist eine eindeutige Marke wichtig, und genau das schafft Daniel Kehlmann: Er ist meist eine unverwechselbare Marke. Kehlmann ist

---

<sup>276</sup> Vgl. Jurt (1995), S.94-95.

<sup>277</sup> Vgl. Bourdieu (2001), S. 346.

<sup>278</sup> Vgl. Papilloud (2003), S. 61.

<sup>279</sup> Vgl. Stegmayer (2010), S. 223.

<sup>280</sup> Vgl. Bolz (2005), S. 200.



Darsteller dieses Images. Er versucht als Schauspielfigur die Darstellung, den eigenen Geist, die Stärke und andere positive Eigenschaften zu präsentieren.<sup>281</sup>

Die hier analysierten Themen seiner Selbstinszenierung versucht er dabei immer wieder in Szene zu setzen. Viele davon finden sich auch in seinen Werken wieder (etwa der Bildungsaspekt). Bildung, konservatives Werte- und Künstlerbild, die Abgrenzungs- und Anlehnungsstrategien zu anderen AutorInnen sind als klares Image gut ersichtlich und widersprechen sich nie.

Die Attacken auf andere AutorInnen sieht Haefs als nachhaltigen Distinktionsbemühungen Kehlmanns. Sie

„(...) verschaffen dem kultivierten (mit bürgerlichen wie antibürgerlichen Zügen ausgestattet) Autor ein hohes Maß an Anerkennung in unterschiedlichen kulturellen Milieus und Teilöffentlichkeiten und lassen den Eindruck eines völlig autonomen, klugen und reflektierten Autors entstehen, dessen Erfolge gleichsam vom Himmel gefallen sind“.<sup>282</sup>

Bei den ersten vier eben erwähnten Aspekten der Selbstinszenierung kommt es eher selten zu Authentizitätsproblemen. Bei Kehlmanns Inszenierung als Kritiker des Medien- und Literaturbetriebs kommt es hingegen vermehrt zu Darstellungsstörungen. Diese können sich durch die verschiedenen Darstellungssituationen, die Vielzahl an Interviews, durch eine Imageänderung im Laufe der Jahre oder durch ein aufgesetztes Image ergeben.

Die These des inszenierten Images als Bildungsbürger lässt sich anhand eines Leserbriefes von Daniel Kehlmann illustrieren. Auf einen satirischen Essay von Franzobel im Nachrichten Profil im Herbst 2007, in dem dieser behauptet, dass er auf der Online-Buchverkaufsplattform Amazon anderen, erfolgreicheren AutorInnen schlechte Kritiken schreibe, reagierte Kehlmann säuerlich. Er erkannte die Ironie nicht und antwortet mit einem Leserbrief, in dem er das charakterliche Defizit des anderen Autors bemängelt. In einem letzten Leserbrief, erklärt Franzobel Kehlmann noch einmal, dass es sich um eine Satire handelte.<sup>283</sup>

Ein Beispiel für die widersprüchliche Darstellung des souveränen Bildungsbürger findet sich auch in der TV-Interviewreihe „Durch die Nacht mit ...“, die von Arte und dem ZDF produziert wurde. In einer Folge treffen Josef Hader und Daniel Kehlmann aufeinander und begeben sich auf eine nächtliche Tour durch Wien. In einer Szene finden sich beide in einer Buchhandlung wieder, in der sich Kehlmann der Inszenierung als gebildeter, belesener, aber auch durchaus nicht uneitler Bildungsbürger hingibt. So empfiehlt er z.B. ein Buch von Philip Roth, einem der angesehensten US-amerikanischen Autoren der Gegenwart, und meint, er sei

---

<sup>281</sup> Vgl. Goffman (2003), S. 230.

<sup>282</sup> Haefs, (2009), S. 249.

<sup>283</sup> Vgl. Franzobel (2007a), S. 132-133; Kehlmann (2007a), S. 9; Franzobel (2007b), S. 10.

sich nicht bewusst gewesen, das dieses Buch auf der Hinterseite ein Zitat von ihm ziere. Die Inszenierung schlägt im Laufe des Interviews um. Kehlmann wirkt nach und nach unsicher und verliert den Kampf um Aufmerksamkeit gegen den Medienprofi Josef Hader.<sup>284</sup> Diese Situation zeigt von mangelnder Authentizität in der medialen Vermittlung seines Images.

Diese zwei Beispiele zeigen, dass sich bei Kehlmann durchaus Darstellungsstörungen finden bzw. Probleme mit der Aufrichtigkeit im Bourdieu'schen zu finden sind. Eine unmittelbare Übereinstimmung zwischen der der eingenommenen Position und den eingeschriebenen Erwartungen und den Dispositionen des Positionsinhabers wäre wichtig,<sup>285</sup> ist aber bei Kehlmann nicht immer zu finden.

---

<sup>284</sup> Vgl. Durch die Nacht mit... 2002.

<sup>285</sup> Vgl. Bourdieu (2001), S. 266.

## 12 Ausblick

Bourdieu's Arbeiten zum literarischen Feld bilden ein gutes Fundament für diese Arbeit und die herausgearbeiteten Thesen. Allerdings müssen sie im Bereich der Medien aktualisiert werden.

Auch wenn bereits Analysen zu Feldposition von einigen AutorInnen im aktuellen österreichischen literarischen Feld gemacht wurden, etwa Juli Zehs Positionierung im Stil einer französischen Intellektuellen der 50er Jahre oder Zoë Jennys als empfindsame Autorin der Gegenwart,<sup>286</sup> so wäre eine Gesamtdarstellung des österreichischen oder sogar deutschsprachigen Feldes sehr spannend.

Um alle Aspekte der Inszenierung Daniel Kehlmanns darzustellen und die hier vorgelegten Thesen zu Kehlmanns Habitus' zu ergänzen, sollten noch Bild-, Film-, TV- und Nur-Onlinemedienanalysen gemacht werden.

Daniel Kehlmann ist sicherlich einer der medial präsentesten Autoren des deutschen und des österreichischen Feldes, da er medial gut verkaufbar ist: „Er ist nicht jung und wild, er ist jung und gebildet, deshalb liebt ihn das Feuilleton“.<sup>287</sup>

Dass das so ist, ist auch ihm bewusst. Er bekennt in einem Interview 2008, dass ihm geraten worden sei, keine Pressetermine mehr wahrzunehmen, da er zu oft präsent sei.<sup>288</sup> Auch wenn er sehr oft Interviews gibt, ist seine Dauerpräsenz eher auf eine sehr exzessive Berichterstattung über ihn zurückzuführen. Es wird über fast jeden an ihn verliehenen Preis, jede Kehlmann Vorlesung und sogar über den Verkauf der Filmrechte an seinen Romanen berichtet. Kehlmann schaffte es mit einem Zitat sogar in die wenig literaturaffine Telex Fernsehkolonne der *Kronen Zeitung*.<sup>289</sup> Kehlmann dient auch oft als Referenzpunkt oder als Metapher in kulturjournalistischer Berichterstattung, etwa „Autor XY ist erfolgreich, aber nicht so erfolgreich wie Daniel Kehlmann“.

Interessante Fragen werfen auch die kursorisch erwähnten Beobachtungen zum deutschsprachigen Literaturjournalismus auf: So fiel bei der Auswertung auf, dass einige Fragen immer wieder auftauchen, Fragen aus anderen Interviews zitiert werden oder mehrere

---

<sup>286</sup> Vgl. Fetz (2003), S. 19-21.

<sup>287</sup> Jötten (2006), S. 5.

<sup>288</sup> Vgl. Soboczynski (2008), S. 24.

<sup>289</sup> Vgl. Telex (2009). o.S.

Interviews zu einem Bericht einer anderen Zeitung gekürzt werden. Anna Mitgutschs Beobachtung dazu scheint auch einer empirischen Überprüfung standzuhalten: „Ist der Stellenwert eines Buches in seinem Erscheinungshalbjahr einmal festgelegt, herrscht häufig Einhelligkeit in der Szene, das Ausscheren eines eigensinnigen Journalisten kommt nur selten vor, man paraphrasiert sich gegenseitig.“<sup>290</sup> Dies sollte in einem größeren Kontext (z.B. als Analyse zu verschiedenen AutorInnen) noch empirisch überprüft werden.

Selbstinszenierungen, wie die hier analysierte, hinterlassen auch Spuren in den Interpretationen. Dies zeigt sich z.B. bei Rickes, der die Aussagen Kehlmanns bezüglich der Beeinflussung seines Stils durch v.a. die südamerikanischen Schriftsteller, als ein Standbein seiner Analyse der Figur des Teufels bei Daniel Kehlmann nimmt.<sup>291</sup> Ob dies die einzig möglich Interpretation ist, soll hier nicht diskutiert werden. Es soll nur darauf hingewiesen werden, dass Interpretationen ebenfalls geprägt sind, von Aussagen, Inszenierungen des Autors, der Autorin. Wenn man das Werk, ohne den (toten) Autor, die (tote) Autorin analysieren will, wäre es wohl am besten nichts von ihm oder ihr zu Wissen, nicht einmal den Namen.

Wenn Schiller den Prolog zur Wallenstein-Trilogie mit dem Satz endet: „Ernst ist das Leben, heiter die Kunst“<sup>292</sup>, so muss dies heute angezweifelt werden: Die Kunst und der Kunstbetrieb haben viel ihrer Heiterkeit verloren. Vieles ist Planung, Marketing oder mediale Inszenierung. AutorInnen müssen mit den alten und neuen Medien arbeiten und sich den ökonomischen Logiken anpassen. Kunst ist ebenso Teil der Arbeitswelt.

---

<sup>290</sup> Mitgutsch (2008), o.S.

<sup>291</sup> Vgl. Rickes (2010), S. 91.

<sup>292</sup> Schiller (1799/1952), S. 20.





## 13 Literaturverzeichnis

### 13.1 Monographien und Aufsätze

Ahrend, Thorsten: No more drugs! Erfahrungen mit Daniel Kehlmann. In: Arnold, Heinz Ludwig (Hg.): Daniel Kehlmann. München. Edition Text + Kritik, 177. 2008. S. 68-72.

Aichinger, Ingrid: Künstlerische Selbstdarstellung. Goethes "Dichtung und Wahrheit" und die Autobiographie der Folgezeit. Bern (u.a.). Lang. 1977.

Amstutz, Nathalie: Autorschaftsfiguren. Inszenierung und Reflexion von Autorschaft bei Musil, Bachmann und Mayröcker. Köln (u.a.). Böhlau. 2004.

Atteslander, Peter: Methoden der empirischen Sozialforschung. Berlin. De Gruyter<sup>10</sup>. 2006.  
Baerns, Barbara: Öffentlichkeit oder Journalismus? Zum Einfluß im Mediensystem. Köln. Verlag Wissenschaft und Politik<sup>2</sup>. 1991.

Benson, Rodnes: News Media as a „Journalistic Field“: What Bourdieu Adds to New Institutionalism, and Vice Versa. In: Political Communication, 23 2006. S.187-202.

Billenkamp, Michael: Provokation und posture. Thomas Bernhard und die Medienkarriere der Figur Bernhard. In: Joch, Markus; Mix, York-Gothart; Wolf, Norbert Christian: Mediale Erregungen? Autonomie und Aufmerksamkeit im Literatur- und Kulturbetrieb der Gegenwart. Tübingen. Niemeyer. 2009. (Studien und Texte zur Sozialgeschichte der Literatur; 118). S. 23-44.

Bolz, Norbert: Literarisches Marketing. In: Wegmann, Thomas (Hg.): Markt. Literarisch. Bern; Wien (u.a.) Lang. 2005. S. 197-207.

Bolz, Norbert: Die Wirtschaft des Unsichtbaren. Spiritualität - Kommunikation - Design - Wissen: Die Produktivkräfte des 21. Jahrhunderts. München. Econ. 1999.

Bourdieu, Pierre: Soziologische Fragen. Frankfurt am Main<sup>4</sup>. Suhrkamp. 2004.  
Bourdieu, Pierre: Die Regeln der Kunst. Genese und Struktur des literarischen Feldes. Frankfurt am Main. Suhrkamp. 2001.

Bourdieu, Pierre: Das literarische Feld. Drei Vorgehensweisen. In: Pinto, Luis; Schultheis, Franz: Streifzüge durch das literarische Feld. Konstanz. Universitätsverlag Konstanz. 1997. S. 33-147.

Bourdieu, Pierre: Ökonomisches, kulturelles und soziales Kapital. In: Bourdieu, Pierre: Die verborgenen Mechanismen der Macht. Hamburg. 1992, S. 49-75. Hier nach: Franzjörg Baumgart (Hrsg.): Theorien der Sozialisation. Bad Heilbrunn 1997, S. 217-231. Abgerufen unter: <http://www.erzwiss.uni-hamburg.de/personal/lohmann/lehre/som3/bourdieu1992.pdf> (27.07.2011).

Bourdieu, Pierre: Der Korporativismus des Universellen. Die Rolle des Intellektuellen in der modernen Welt. In: Bourdieu, Pierre: Die Intellektuellen und die Macht. Hamburg. VSA-Verlag. 1991. S. 41-67.

Brockhaus. Enzyklopädie in 30 Bänden. Bd 13. Hg. von Anette Zwahr. Leipzig. Mannheim. . F.A. Brockhaus. 2006.

Burkart, Roland: Kommunikationswissenschaft. Köln, Weimar, Wien. Böhlau.<sup>4</sup> 2002.

**Degner, Ute:** Die Linder der Quote. Zum Verhältnis von Medienkritik und Selbstmedialisierung bei Elfriede Jelinek. In: Joch, Markus; Mix, York-Gothart; Wolf, Norbert Christian: Mediale Erregungen? Autonomie und Aufmerksamkeit im Literatur- und Kulturbetrieb der Gegenwart. Tübingen. Niemeyer. 2009. (Studien und Texte zur Sozialgeschichte der Literatur; 118). S. 153-168.

Delabar, Walter: der Autor als Repräsentant, Thomas Mann als Star. Aufstieg und Niedergang der öffentlichen Funktion des Autors im 20.Jahrhundert. In: Grimm, Gunter E.; Schärf, Christian (Hg.): Schriftsteller-Inszenierungen. Bielefeld. Aisthesis-Verlag. 2008. S. 87-102.

Die Zeit (2012): Zeit Literatur - Preise. In:  
[http://www.iqm.de/nc/medien/magazine/zeit\\_literatur/media/preise.html#mc](http://www.iqm.de/nc/medien/magazine/zeit_literatur/media/preise.html#mc) (21.05.2012).

Diekhans, Johannes: Daniel Kehlmann: Die Vermessung der Welt. Unterrichtsmodell. Paderborn. Schöningh Schulbuchverlag. 2007.

Dörner, Andreas; Vogt, Ludgera: Literatursoziologie. Literatur, Gesellschaft, politische Kultur. Opladen. Westdeutscher Verlag. 1994.

Durch die Nacht mit... Josef Hader und Daniel Kehlmann. Regie: Baumann-von,- Broen, Edda u.a..52 min. ARTE, ZDF. AUT 2002.

**Ernst, Christoph:** Alexander Kluge und die offene Frage des Intellektuellen im Medienzeitalter. In: Grimm, Gunter E.; Schärf, Christian (Hg.): Schriftsteller-Inszenierungen. Bielefeld. Aisthesis-Verlag. 2008. S.198-214.

**Fetz, Bernhard:** Was ist gegenwärtig an der gegenwärtigen Literatur? Ein Quellenstudium zur Bewusstseinslage am Beispiel von Bettina Galvagni, Zoë Jenny, Martin Prinz und Thomas Raab. In: Aspöckberger, Friedbert (Hg.): (Nichts)Neues. Trends und Motive in der (österreichischen) Gegenwartsliteratur. Innsbruck, Wien (u.a.). Studien-Verlag. 2003. (Schriftenreihe Literatur des Instituts für Österreichkunde; 14 ). S. 15-35.

Fleischanderl, Karin: Gstrein, Kehlmann, Menasse, Glavinic... In: Fleischanderl, Karin: Vom Verbot zum Verkauf. Aufsätze zur Literatur. Wien. Sonderzahl Verlagsgesellschaft. 2010a. S. 129-143.

Fleischanderl, Karin: Vom Verbot zum Verkauf. In: Fleischanderl, Karin: Vom Verbot zum Verkauf. Aufsätze zur Literatur. Wien. Sonderzahl Verlagsgesellschaft. 2010b. S. 7-31.

Franck, Georg: Autonomie, Markt und Aufmerksamkeit. Zu den aktuellen Medialisierungsstrategien im Literatur- und Kulturbetrieb. In: Joch, Markus; Mix, York-Gothart; Wolf, Norbert Christian: Mediale Erregungen? Autonomie und Aufmerksamkeit im Literatur- und Kulturbetrieb der Gegenwart. Tübingen. Niemeyer. 2009. (Studien und Texte zur Sozialgeschichte der Literatur; 118). S. 11-22.



Franck, Georg: Ökonomie der Aufmerksamkeit. Ein Entwurf. München; Wien. Hanser. 1999.  
Gasser, Markus: Daniel Kehlmanns unheimliche Kunst. In: Arnold, Heinz Ludwig (Hg.): Daniel Kehlmann. München. Edition Text + Kritik, 177. 2008. S.12-29.

**G**asser, Markus: Das Königreich im Meer. Daniel Kehlmanns Geheimnis. Göttingen . Wallstein Verlag. 2010.

Goffman, Erving: Wir alle spielen Theater. Die Selbstdarstellung im Alltag. München (u.a.) Piper<sup>11</sup>. 2003.

Grimm, Gunter E.; Schärf, Christian: Einleitung. In: Grimm, Gunter E.; Schärf, Christian (Hg.): Schriftsteller-Inszenierungen. Bielefeld. Aisthesis-Verlag. 2008. S. 7-12.

Grimm, Gunther E.: „Nichts ist widerlicher als eine sogenannte Dichterlesung.“ Deutsche Autorenlesungen zwischen Marketing und Selbstrepräsentation. In: Grimm, Gunter E.; Schärf, Christian (Hg.): Schriftsteller-Inszenierungen. Bielefeld. Aisthesis-Verlag. 2008. S. 141-168.

**H**aas, Franz: Der austriakische Autismus. Gegenwartsliteratur im Strudel des nationalen Boulevards. In: Neue deutsche Literatur (2000), H. 533, S. 133–141. 2000.

Haefs, Wilhelm: „Deutschlands literarischer Superstar“? Daniel Kehlmann und sein Erfolgsroman Die Vermessung der Welt im literarischen Feld. In: Joch, Markus; Mix, York-Gothart; Wolf, Norbert Christian: Mediale Erregungen? Autonomie und Aufmerksamkeit im Literatur- und Kulturbetrieb der Gegenwart. Tübingen. Niemeyer. 2009. (Studien und Texte zur Sozialgeschichte der Literatur; 118). S. 233-252.

Heimböckl, Dieter: Zwischen Elfenbein- und Fernsehturm. Peter Handkes (massen-) mediale Widerspruchsarbeit. In: Grimm, Gunter E.; Schärf, Christian (Hg.): Schriftsteller-Inszenierungen. Bielefeld. Aisthesis-Verlag. 2008. S. 215-230.

Hirsch, Marion (2005): Selbstvermarktung von Künstlern. Grundlagen, Strategien, Praxis. Berlin. VDM-Verlag. Müller.

Holler, Verena: Autonomie und Heteronomie – das Profane und das Kulturelle. Überlegungen zum österreichischen Literaturbetrieb der letzten Jahre. In: LiTheS Nr. 1. Dez. 2008. S. 52-71. <http://lithes.uni-graz.at/lithes/beitraege> 08\_01/lithes08\_01\_holler\_autonomie.pdf (20.09.2011).

Holler, Verena: Felder der Literatur. Eine literatursoziologische Studie am Beispiel von Robert Menasse. Frankfurt am Main u.a. Lang. 2003.

Holler, Verena: Positionen - Positionierungen - Zuschreibungen. Zu Robert Menasses literarischer Laufbahn im österreichischen und deutschen Feld. In: Joch, Markus; Mix, York-Gothart; Wolf, Norbert Christian: Mediale Erregungen? Autonomie und Aufmerksamkeit im Literatur- und Kulturbetrieb der Gegenwart. Tübingen. Niemeyer. 2009. (Studien und Texte zur Sozialgeschichte der Literatur; 118). S. 169-188.

Honold, Alexander: Ankunft in der Weltliteratur. Abenteuerliche Geschichtsreisen mit Ilija Trojanow und Daniel Kehlmann. In: Neue Rundschau Nr. 1, 2007. S. Fischer, Frankfurt am Main 2007, S. 82-104.

**Jannidis, Fotis u.a.:** Autor und Interpretation. In: Jannidis, Fotis u.a.(Hg.): Texte zur Theorie der Autorschaft. Stuttgart. Reclam. 2000. S. 7-34.

Jenkins, Richard: Pierre Bourdieu. London. Routledge. 2002.

Joch, Markus: Anreger und Aufreger. Wie Hans Magnus Enzensberger überrascht und in welchen Medien. In: Joch, Markus; Mix, York-Gothart; Wolf, Norbert Christian: Mediale Erregungen? Autonomie und Aufmerksamkeit im Literatur- und Kulturbetrieb der Gegenwart. Tübingen. Niemeyer. 2009. (Studien und Texte zur Sozialgeschichte der Literatur; 118). S. 77-108.

Joch, Markus; Mix, York-Gothart; Wolf, Norbert Christian: Mediale Erregungen? Autonomie und Aufmerksamkeit im Literatur- und Kulturbetrieb der Gegenwart. Einleitung. In: Joch, Markus; Mix, York-Gothart; Wolf, Norbert Christian: Mediale Erregungen? Autonomie und Aufmerksamkeit im Literatur- und Kulturbetrieb der Gegenwart. Tübingen. Niemeyer. 2009. (Studien und Texte zur Sozialgeschichte der Literatur; 118).

Joch, Markus; Wolf, Norbert Christian: Feldtheorie als Provokation der Literaturwissenschaft. Einleitung. In: Joch, Markus; Wolf, Norbert Christian (Hg.): Text und Feld. Bourdieu in der literaturwissenschaftlichen Praxis. Tübingen. Niemeyer. 2005. Studien und Texte zur Sozialgeschichte der Literatur; 108. S. 1-24.

Jurt, Joseph: Literatur. In: Fröhlich, Gerhard; Rehbein, Boike (Hg.): Bourdieu-Handbuch. Leben - Werk - Wirkung. Stuttgart (u.a.). Metzler. 2009. S. 369-271.

Jurt, Joseph: Bourdieu. Stuttgart. Reclam. 2008a.

Jurt, Joseph: Die Theorie des literarischen Feldes von Pierre Bourdieu. In: LiTheS Nr. 1. Dez. 2008. 2008b. S.5-14 [http://lithes.uni-graz.at/lithes/beitraege08\\_01/lithes08\\_01\\_jurt\\_theorie.pdf](http://lithes.uni-graz.at/lithes/beitraege08_01/lithes08_01_jurt_theorie.pdf) (20.09.2011).

Jurt, Joseph: Das literarische Feld. Das Konzept Pierre Bourdieus in Theorie und Praxis. Darmstadt. Wissenschaftliche. Buchgesellschaft. 1995.

**Kaiser, Gerhard:** Erzählen im Zeitalter der Naturwissenschaft. Zu Daniel Kehlmanns Roman „Die Vermessung der Welt“. In: Sinn und Form. Nr. 62, Akademie der Künste, Berlin 2010. S. 122-134.

Kaltenbrunner, Andy: Kulturjournalismus aus der Wundertüte. Eine Profession. Und wer sie ausübt. 2011. Unveröffentlicht.

Kaltenbrunner, Andy; Karmasin, Matthias; Kraus, Daniela; Zimmermann, Astrid : Der Journalisten-Report. Österreichs Medien und ihre Macher. Wien. Facultas Verlag. 2007.

Kaltenbrunner, Andy; Karmasin, Matthias; Kraus, Daniela; Zimmermann, Astrid: Der Journalisten Report II. Österreichs Medienmacher und ihre Motive. Wien. Facultas. 2008.

Klever, Ralph: „autor wie lektor sind längst zu einem kulturellen problem geworden“ (Reinhard Priessnitz). Der Autor und seine Buch-Haltung im Biotop des Österreichischen. In: Aspetsberger, Friedbert (Hg.): (Nichts)Neues. Trends und Motive in der (österreichischen) Gegenwartsliteratur. Innsbruck, Wien (u.a.). Studien-Verlag. 2003. (Schriftenreihe Literatur des Instituts für Österreichkunde; 14 ). S. 36-68.

Köchl, Birgit: Imagegestaltung österreichischer Buchverlage im Internet. Eine textlinguistische Untersuchung. Diplomarbeit Universität Wien. 2002.

Krausser, Helmut: Ich und Kehlmann. Und „Mahlers Zeit“. In: Arnold, Heinz Ludwig (Hg.): Daniel Kehlmann. München. Edition Text + Kritik, 177. 2008. S. 54-57.

Kuhlbrodt, Olga: Quote statt Niveau? In: Journalistikjournal 1/2010. <http://journalistik-journal.lookingintomedia.com/?p=506> (03.08.2011).

Künzel, Christian: Einleitung. In: Künzel, Christine; Schönert, Jörg (Hg.): Autorinszenierungen. Autorschaft und literarisches Werk im Kontext der Medien. Würzburg. Königshausen & Neumann. 2007. S. 9-21.

Landerl, Peter: Der Kampf um die Literatur. Literarisches Leben in Österreich seit 1980. Innsbruck; Wien (u.a.). Studien-Verlag. 2005.

Luhmann, Niklas: Die Realität der Massenmedien. Opladen. Westdeutscher Verlag. 1996.

Mayring, Philipp: Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken. Weinheim, Basel. Beltz<sup>11</sup>. 2010.

Menasse, Robert: Ich bin wie alle, so wie nur ich es sein kann. Daniel Kehlmanns Essays über Autoren und Bücher. In: Arnold, Heinz Ludwig (Hg.): Daniel Kehlmann. München. Edition Text + Kritik, 177. 2008. S. 30-35.

Moser, Doris: Feldspieler und Spielfelder. Vom Gewinnen und Verlieren beim Ingeborg-Bachmann-Wettbewerb. In: Joch, Markus; Mix, York-Gothart; Wolf, Norbert Christian: Mediale Erregungen? Autonomie und Aufmerksamkeit im Literatur- und Kulturbetrieb der Gegenwart. Tübingen. Niemeyer. 2009. (Studien und Texte zur Sozialgeschichte der Literatur; 118). S. 205-220.

Müller, Hans-Harald: Fotografie und Lyrik. Beobachtungen zu medialen Selbstinszenierungen Bertolt Brechts. In: Künzel, Christine; Schönert, Jörg (Hg.): Autorinszenierungen. Autorschaft und literarisches Werk im Kontext der Medien. Würzburg. Königshausen & Neumann. 2007. S. 80-91.

Müller-Kampel, Beatrix: „Gut, habe ich gesagt, mache ich halt auf berühmten Dichter“. Habitusmanagement und Stigmapolitik bei Werner Schwab (1958-1994). In: Joch, Markus; Mix, York-Gothart; Wolf, Norbert Christian: Mediale Erregungen? Autonomie und Aufmerksamkeit im Literatur- und Kulturbetrieb der Gegenwart. Tübingen. Niemeyer. 2009. (Studien und Texte zur Sozialgeschichte der Literatur; 118). S. 139-152.

- Neuhaus, Stefan: Literaturvermittlung. Konstanz. UVK-Verlagsgesellschaft. 2009.
- Neuhaus, Stefan: Soll und Haben: Literarisches und ökonomisches Feld im 19. Jahrhundert. In: Klettenhammer, Sieglinde (Hg.): Literatur und Ökonomie. Innsbruck. Studien-Verlag. 2010. (Angewandte Literaturwissenschaft, 8). S. 90-109.
- Niefanger, Dirk: Der Autor und sein >Label<. Überlegungen zur „fonction classificatrice“ Foucaults (mit Fallstudien zu Langbein und Kracauer). In: Detering, Heinrich (Hg.): Autorschaft. Positionen und Revisionen. Stuttgart (u.a.) Metzler. 2002. (Germanistische Symposien, Berichtsbände; 24). S. 521-540.
- Papilloud, Christian: Bourdieu lesen. Einführung in eine Soziologie des Unterschieds. Bielefeld. Transcript-Verlag. 2003.
- Paulsen, Kerstin: Von Amazon bis Weblog. Inszenierung von Autoren und Autorschaft im Internet. In: Künzel, Christine; Schönert, Jörg (Hg.): Autorinszenierungen. Autorschaft und literarisches Werk im Kontext der Medien. Würzburg. Königshausen & Neumann. 2007. S. 257-269.
- Pils, Gerhard: Image und Public Relations. Irrationale Informationsverarbeitung und ihre Bedeutung für die Öffentlichkeitsarbeit. Diplomarbeit. Universität Wien. 1996.
- Pinto, Louis: Feldtheorie und Literatursoziologie. Überlegungen zu den Arbeiten Pierre Bourdieus. In: Pinto, Luis; Schultheis, Franz: Streifzüge durch das literarische Feld. Konstanz. Universitätsverlag Konstanz. 1997. S. 9-32.
- Pollak, Michael: Aktionssoziologie im intellektuellen Feld. Die Kämpfe des Karl Kraus. In: Pinto, Luis; Schultheis, Franz: Streifzüge durch das literarische Feld. Konstanz. Universitätsverlag Konstanz. 1997. S. 235-282.
- Porombka, Stephan: Clip-Art, literarisch. Erkundungen eines neuen formats (nebst einiger Gedanken zur sogenannten „angewandten Literaturwissenschaft“). In: Künzel, Christine; Schönert, Jörg (Hg.): Autorinszenierungen. Autorschaft und literarisches Werk im Kontext der Medien. Würzburg. Königshausen & Neumann. 2007. S. 223-243.
- Porombka, Stephan: Ein kurzes Briefing zum Kulturjournalismus In: Journalistikjournal 1/2010. <http://journalistik-journal.lookingintomedia.com/?p=480> (03.08.2011).
- Pöttker, Horst : Kulturjournalismus, Journalismuskultur. In: Journalistikjournal 1/2010. <http://journalistik-journal.lookingintomedia.com/?p=489> (03.08.2011).
- Preußner, Heinz Peter: Zur Typologie der Zivilisationskritik. Was Daniel Kehlmanns Roman „Die Vermessung der Welt“ einen Bestseller werden ließ. In: Arnold, Heinz Ludwig (Hg.): Daniel Kehlmann. München. Edition Text + Kritik, 177. 2008. S. 73-85.
- Rickes, Joachim: Die Metamorphosen des "Teufels" bei Daniel Kehlmann. "Sagen Sie Karl Ludwig zu mir". Würzburg. Königshausen & Neumann. 2010.
- Ruthner, Clemens: Ins Nest gekackt? Oder: Deutsche und österreichische Gegenwartsliteratur im Vergleichstest (1 Skizze). In: Aspöckberger, Friedbert (Hg.): (Nichts)Neues. Trends und Motive in der (österreichischen) Gegenwartsliteratur. Innsbruck, Wien (u.a.). Studien-Verlag. 2003. (Schriftenreihe Literatur des Instituts für Österreichkunde; 14 ). S. 204-219.

Schärf, Christian: Belichtungszeit. Zum Verhältnis von dichterischer Imagologie und Fotografie. In: Grimm, Gunter E.; Schärf, Christian (Hg.): Schriftsteller-Inszenierungen. Bielefeld. Aisthesis-Verlag. 2008. S. 45-58.

Schiller, Friedrich: Wallenstein, Prolog. Salzburg. Verlag Das Bergland-Buch. 1799/1952.  
Schmiedt, Helmut: Karl May - ein früher Popstar der deutschen Literatur. In: Grimm, Gunter E.; Schärf, Christian (Hg.): Schriftsteller-Inszenierungen. Bielefeld. Aisthesis-Verlag. 2008. S. 59-70.

Schwens-Harrant, Brigitte: „Ich möchte lieber nicht.“ Literaturkritik und Markt. In: Klettenhammer, Sieglinde (Hg.): Literatur und Ökonomie. Innsbruck. Studien-Verlag. 2010. (Angewandte Literaturwissenschaft, 8). S. 125-137.

Schwingel, Markus: Pierre Bourdieu zur Einführung. Hamburg. Junius<sup>5</sup>. 2005.

Segeber, Harro: Menschsein heißt, medial sein zu wollen. Autorinszenierungen im Medienzeitalter. In: Künzel, Christine; Schönert, Jörg (Hg.): Autorinszenierungen. Autorschaft und literarisches Werk im Kontext der Medien. Würzburg. Königshausen & Neumann. 2007. S. 244-255.

Selbmann, Rolf: Goethes Denkmäler. Selbstbilder und Ikonographietradition. In: Grimm, Gunter E.; Schärf, Christian (Hg.): Schriftsteller-Inszenierungen. Bielefeld. Aisthesis-Verlag. 2008. S. 25-44.

Stark, Michal: Der kollektive Intellektuelle. In: Joch, Markus; Wolf, Norbert Christian (Hg.): Text und Feld. Bourdieu in der literaturwissenschaftlichen Praxis. Tübingen. Niemeyer. 2005. Studien und Texte zur Sozialgeschichte der Literatur; 108. S. 371-390.

Stegmayer, Hannah: Literarische Ästhetik und Ökonomie. In: Klettenhammer, Sieglinde (Hg.): Literatur und Ökonomie. Innsbruck. Studien-Verlag. 2010. (Angewandte Literaturwissenschaft, 8). S. 221-236.

Strigl, Daniela: „Österreich fängt schön an...“. Jenseits von Selbstekel, Mythenkult und literarischem Experiment: Die junge österreichische Literatur. In: Literaturen 1 (2004), H. 1/2, S. 20-22.

Tacke, Alexandra: „Sie nicht als Sie“. Die Nobelpreisträgerin Elfriede Jelinek spricht „Im Abseits.“ In: Künzel, Christine; Schönert, Jörg (Hg.): Autorinszenierungen. Autorschaft und literarisches Werk im Kontext der Medien. Würzburg. Königshausen & Neumann. 2007. S. 191-207.

Terhorst, Christel: Peter Handke. Die Entstehung literarischen Ruhms. Die Bedeutung der literarischen Tageskritik für die Rezeption des frühen Peter Handke. Wuppertal, Frankfurt am Main. Lang (Europäische Hochschulschriften Reihe 1, 1206). 1990.

Tomševskij, Boris: Literatur und Biographie. In: Jannidis, Fotis u.a. (Hg.): Texte zur Theorie der Autorschaft. Stuttgart. Reclam. 2000. S. 49-64.

**U**schtrin, Sandra: Autorenmarketing: Rudern in einem Boot. Interview mit Klaus Kluge. In: Uschtrin, Sandra; Hinrichs, Heribert (Hg.): Handbuch für Autorinnen und Autoren. Informationen und Adressen aus dem deutschen Literaturbetrieb und der Medienbranche<sup>7</sup>. München. Uschtrin. 2010. S. 588-592.

**W**olf, Norbert Christian: Autonomie und/oder Aufmerksamkeit? Am Beispiel der medialen Erregungen um Peter Handke, mit einem Seitenblick auf Marcel Reich-Ranicki. In: Joch, Markus; Mix, York-Gothart; Wolf, Norbert Christian: Mediale Erregungen? Autonomie und Aufmerksamkeit im Literatur- und Kulturbetrieb der Gegenwart. Tübingen. Niemeyer. 2009. (Studien und Texte zur Sozialgeschichte der Literatur; 118). S. 45-64.

**Z**ahner, Nina: Die Kunst der Inszenierung. Die Transformation des Kunstfeldes der 1960er Jahre als Herausforderung für die Kunstfeldkonzeption Pierre Bourdieus. In: Joch, Markus Mix, York-Gothart; Wolf, Norbert Christian: Mediale Erregungen? Autonomie und Aufmerksamkeit im Literatur- und Kulturbetrieb der Gegenwart. Tübingen. Niemeyer. 2009. (Studien und Texte zur Sozialgeschichte der Literatur; 118). S. 289-308.

**Z**eyringer, Klaus: Für eine dichte Soziologie des engen literarischen Feldes. In: Haas, Franz; Schlösser, Hermann; Zeyringer, Klaus: Blicke von außen. Österreichische Literatur im internationalen Kontext. Innsbruck. Haymon-Verlag. 2003. S. 47-52.

### **13.2 Zeitungs- und Zeitschriftenartikel**

Der Großteil der Zeitungsausschnitte stammt aus der Dokumentationsstelle für neuere österreichische Literatur, Wien; Zeitungsausschnittsammlung. Artikel die nicht aus dem Archiv stammen, erschienen entweder online und sind unter 13.3 Onlinequellen abgelegt oder erschienen im Sammelband „Lob. Über Literatur“ und sind auch dementsprechend gekennzeichnet.

**APA:** Daniel Kehlmann I: Im neune Kindler. In: Der Standard. 31.01.2009. S. 26. 2006.

Araghi, Verena: Lust auf deutsche Leichtigkeit. In: Der Spiegel, Hamburg, 09.01.2006. Nr.2 S. 130-132. 2006.

**Die Zeit:** Werbung „Die Vermessung der Welt“ 10.November 2005, Nr.46. S. 29. 2005.

Die Zeit: Werbung „Ruhm“ 15.Jänner 2009, Nr.4. S. 43. 2005.

Diez, Georg: Beruf: Schriftsteller. In: Die Zeit, Hamburg, 17.08.2006, Nr.34. S.43. 2006.

Dürr, Anke; Höbel, Wolfgang: „Wieso die schäumende Wut?“. In: Der Spiegel, Hamburg, 03.08.2009, S. 108-112. 2009.

**Engel,** Philipp: „Wie jüdisch bin ich?“ Interview mit Daniel Kehlmann. In: Illustrierte neue Welt, Wien, 08.2010, Nr.8/9, S. 32-33. 2010.

**F**asthuber, Sebastian: Everyone's a Winner. In: Falter 38/2011, S. 29. 2011.

Flieher, Bernhard: „Alle Texte sind Ausdruck meines Nicht-Gelingens“. In: Salzburger Nachrichten, 11.08.2009, S. 10-11. 2009.

**F**ranzobel: Amazonisch zerzaust. In: profil, 03.09.2007, Nr.36, S. 132-133. 2007a.

Franzobel: Replik auf die Replik. In: profil, 24.09.2007, Nr.39, S. 10. 2007b.

**H**ahn, Luise: Verblüfft vom Erfolg. In: Kurier, Wien, 15.09.2006, S. 37. 2006.

**J**ötten, Frederik: „darwin ist lustiger“. In: Frankfurter Rundschau, Frankfurt, 19.08.2006, S. 4-5. 2006.

**K**ehlmann, Daniel: ... und hör'n die herrlichste Musik. Kleistpreis-Laudatio auf Max Goldt, gehalten am 23.November 2009 im Berliner Ensemble. In: Süddeutsche Zeitung, München, 26. November 2009. Erschienen in: Kehlmann, Daniel. Lob. Über Literatur. Reinbeck Rohwolt. 2010a. S. 43-50.

Kehlmann, Daniel: Der melancholische Lobbyist. In Frankfurter Allgemeine Zeitung, 10. Oktober 2007. erschiene in: Kehlmann, Daniel. Lob. Über Literatur. Reinbeck Rohwolt. 2010b. S. 11-20.

Kehlmann, Daniel: Die Katastrophe des Glücks. Dankesrede zur Verleihung des WELT-Literaturpreises, gehalten am 9. November 2007 im Axel-Springer-Haus in Berlin. In: Die Welt, Berlin, 10. November 2009. Erschienen in: Kehlmann, Daniel. Lob. Über Literatur. Reinbeck Rohwolt. 2010c. S. 169-179.

Kehlmann, Daniel: Kleist und die Sehnsucht, kein Selbst zu sein: Dankesrede zur Verleihung des Kleistpreises, gehalten am 23. November 2006 im Berliner Ensemble. In: Frankfurter Allgemeine Zeitung, Frankfurt, 25. November 2006. Erschienen in: Kehlmann, Daniel. Lob.Über Literatur. Reinbeck Rohwolt. 2010d. S. 69-80.

Kehlmann, Daniel: Dionysos und der Buchhalter. Dankesrede zur Verleihung des Thomas-Mann-Preises am 18.10.2008. In: Frankfurter Allgemeine Zeitung, Frankfurt, 25.10.2008. S. Z1-Z2. 2008.

Kehlmann, Daniel: Amazonisch zerzaust. In: profil, 17.09.2007, Nr.38, S.9. 2007a.

Kehlmann, Daniel: Das bin ich. Daniel Kehlmann. In: Kurier, Wien, 04.12.1999. Beil. Freizeit. S.12. 2007. 2007b.

Kehlmann, Daniel: Mehrere peinliche Fragen. In. Die Presse, Wien, 03.03.2007. Spectrum S.IV. 2007c.

Kehlmann, Daniel: Seid vermessen! Was Weimar mich gelehrt hat. Dankesrede zur Verleihung des Literaturpreises der Konrad-Adenauerstiftung am 18.06.2006. In: Frankfurter Allgemeine Zeitung, Frankfurt, 20.09.2006. S.47. 2006a.

Kehlmann, Daniel: Kein ehrlicher Rock n' Roll. In: Süddeutsche Zeitung. 26.04.2006. S. 16.

Kehlmann, Daniel: Zur Lage. In Kleine Zeitung, Graz, 12.10.2005. S. 59. 2005.

Kehlmann, Daniel; Kehlmann, Michael: Nur aus Spaß. Warum sonst! In: Der Standard, 27.07.2003. Beil. ALBUM. 2003.

Kehlmann, Daniel: Von Amerika bis Olten. In: Der Standard. 24.07.1999. Album S. 6. 1999a.

Kehlmann, Daniel: Warum Drakula kein Österreicher wurde. In: Der Standard. 29.05.1999. Album S. 8. 1999b.

Kerbler, Michael; Philipp, Claus: Was ist heute nicht alles „aktuell“... In: Der Standard, Wien, 22.06.2006, S. 29. 2006.

Klauhs, Harald: haben Sie nichts erlebt, Herr Kehlmann? In: Die Presse, Wien, 22.03.2009, S. 62-63. 2009.

Koch, Ursula: „Für Popliteratur bin ich viel zu klassisch“. Candide-Preisträger Kehlmann über sein Werk. In: Vlothoer Anzeiger, Minden, 05.03.2005. S. 19. 2005.

Krimbacher, Elisabeth: „Wer mag schon kluge Leute?“. In: Die Presse, Wien, 16.09.2005. S. 8-10. 2005.

**L**ovenberg, Felicitas von: Ich wollte schreiben wie ein verrückt gewordener Historiker. In: Frankfurter Allgemeine Zeitung, Frankfurt, 09.02.2006. S. 41. 2006.

Lovenberg, Felicitas von: In wie vielen Welten schreiben Sie, Herr Kehlmann? In: Frankfurter Allgemeine Zeitung, Frankfurt, 27.12.2008. S. Z6. 2008.

**M**angold, Ijoma: der red so komisch. In: Süddeutsche Zeitung, München. 09.02.2006. S. 16. 2006.

Matussek, Matthias; Schreiber, Mathias; Stampf, Olaf: „Mein Thema ist das Chaos.“ In: Der Spiegel, Hamburg, 05.12.2005. Nr.49 S. 174-178. 2005.

MM: „Qualität allein reicht nicht“. In: Weltwoche, Zürich, 15.05.2008, S. 60-62.

**N**iedermeier, Cornelia: „Der Reiz, eine Kunstsprache zu entwickeln“. In: Der Standard, Wien, 14.01.2009, S. 31. 2009.

Niedermeier, Cornelis: „Wurst und Sterne“ - Fakten sind Fiktionen. In: Vorarlberger Nachrichten, Schwarzach, 05.09.2005. 2005.

Nüchtern, Klaus: „Beim Nasenbohrern sieht jeder hin!“ Daniel Kehlmann ist der erfolgreichste Schriftsteller Österreichs. Ein Gespräch über Ruhm und „Ruhm“. In: Falter, Wien, 3/09. S. 24-27. 2009.

Nüchtern, Klaus; Taschwer, Klaus: „Ich kann nicht rechnen“. In: Falter, Wien, 23.09.2005. S. 42. 2005.

**P**aterno, Wolfgang: „Am liebsten würde ich das Buch in die Ecke schmeißen“. In: profil, Wien, 02.06.2006, Nr.23, S. 134-138. 2006.



**Polt-Heinzl, Evelyne:** Kopf der Woche: Symbolfigur der neuen Erzählergeneration. In: Die Furche, 23.11.2006. S. 8. 2006.

**O.A.:** „Das Beste am Erfolg ist die Freiheit“. In: Pirmasenser Zeitung, 24.01.2009, S. 1.

**Reiterer, Reinhold:** „Ich will bessere Bücher schreiben“. In: Oberösterreichische Nachrichten: 17.01.2009. S. 25. 2009.

**Reiterer, Reinhold:** Über Intrigen und Weltkomödien. In: Kleien Zeitung, Graz, 13.03.2006. S. 80-81. 2006.

**Schmidt, Christopher:** Enfant flexible. In: Süddetsche Zeitung, 31.07.2010, S. 16. 2010.

**Siemes, Christof:** Rattenrennen. In: Die Zeit. 12.02.2009. Nr.8. S. 41. 2009.

**Simon, Anne-Catherine:** „Im Fernsehen sieht man nur noch dressierte Hunde“. In: Die Presse, Wien, 18.09.2006, S. 25. 2006.

**SN/APA:** Auch Handke ist die Show nicht fern. In: Salzburger Nachrichten, Salzburg, 12.08.2009, S. 19. 2009.

**Soboczynski, Adam:** Hilfe, ich werde porträtiert! In: Die Zeit, 16.10.2008, Nr.43. S. 22-33. 2008.

**Telemax:** Zitatae. In: Kronen Zeitung, 09.08.2009. o.S.

**Weinzierl, Ulrich:** Wenigstens einmal richtig gefeuert. In: welt.de. 28.02.2006.

**Zemann, Andrea:** Zauberlehrling mit Dichtermuse. Gefällig und voller Magie: Der Erstlingsroman des jungen Daniel Kehlmann. In: Kurier, Wien, 14. September 1997. S. 4. 1997.

**Zobel, Susanne:** „So ein Bestseller macht unabhängig“. In: News, Wien, 29.10.2011. Nr.: 38/11, S. 94-95. 2011.

**Zobel, Susanne:** Endlich angekommen. In: News, Wien, 15.01.2009. Nr.3/09, S. 88-91. 2009.

**Ölz, Wolfgang:** Notwendigkeit zur Bescheidenheit. Wolfgang Ölz sprach mit dem österreichischen Schriftsteller Michael (sic!) Kehlmann, dessen jüngster Roman „Ich und Kaminski“ heißt. In: Salzburger Nachrichten, Salzburg, 23.08.2003. Beil. Lebensart, S. VII. 2003.

### 13.3 Onlinequellen

**Ag.:** "Ruhm": Kehlmann an Spitze der deutschen Bestsellerlisten. In: Die Presse 23.01.2009 [http://diepresse.com/home/kultur/literatur/446536/Ruhm\\_Kehlmann-an-Spitze-der-deutschen-Bestsellerlisten-](http://diepresse.com/home/kultur/literatur/446536/Ruhm_Kehlmann-an-Spitze-der-deutschen-Bestsellerlisten-) (04.07.2011).

**AGTT:** Marktanteile Sender 2010. [http://www.agtt.at/show\\_content.php?sid=23](http://www.agtt.at/show_content.php?sid=23) (23.07.2011)  
**Facebook** Profil von Daniel Kehlmann. In: <http://www.facebook.com/pages/Daniel-Kehlmann/109423329083703> (04.07.2011)

**Huber, Michael** (2009): Der "Ruhm" des Daniel Kehlmann: Formale Experimente in selbst erfundenen Welten. In: Format. <http://www.format.at/articles/0903/529/230999/der-ruhm-daniel-kehlmann-formale-experimente-welten> (02.07.2011)

**Kehlmann, Daniel:** Die Lichtprobe. Festrede von Daniel Kehlmann. In: Salzburger Nachrichten, Salzburg, 25.07.2009.  
<http://www.salzburg.com/online/thema/thema+festspiele/Die-Lichtprobe-Festrede-von-Daniel-Kehlmann.html?article=eGMmOI8V4uum8zzmnufIg5RjRpn117kkAcIseM0&img=&text=&mode> (20.07.2011). 2009.

**Mitgutsch, Anna:** Das Ablaufdatum der Literatur. In: [http://derstandard.at/3308209?sap=2&\\_seite=-10.20](http://derstandard.at/3308209?sap=2&_seite=-10.20). April 2008. (22.05.2011).

**Österreichischer Integrationsfonds:** Integration im Überblick. In: [http://www.integrationsfonds.at/publikationen/zahlen\\_und\\_fakten/statistisches\\_jahrbuch\\_2011/integration\\_im\\_ueberblick/demographische\\_rahmenbedingungen/](http://www.integrationsfonds.at/publikationen/zahlen_und_fakten/statistisches_jahrbuch_2011/integration_im_ueberblick/demographische_rahmenbedingungen/) (23.07.2011)

**Pohl, Ronald:** "Gedankenarmut ist kein Gegenargument". In: <http://derstandard.at/1316390010282/Daniel-Kehlmann-Gedankenarmut-ist-kein-Gegenargument> (30.09.2011).

**Rowohlt:** Ruhm - Daniel Kehlmann Promotion Ruhm. [http://www.amazon.de/Ruhm-Ein-Roman-neun-Geschichten/dp/3498035436/ref=sr\\_1\\_1?ie=UTF8&qid=1304084176&sr=8-1](http://www.amazon.de/Ruhm-Ein-Roman-neun-Geschichten/dp/3498035436/ref=sr_1_1?ie=UTF8&qid=1304084176&sr=8-1) (04.07.2011); und <http://www.youtube.com/watch?v=WkGAQ1x2FRs> (04.07.2011).

**Sietmann, Richard:** „Das Internet ist ein Mittel, Aufmerksamkeit zu erlangen." Michael Goldhaber über sein Modell der "Attention Economy". In: c't 13/2000. <http://www.heise.de/ct/artikel/Das-Internet-ist-ein-Mittel-Aufmerksamkeit-zu-erlangen-287732.html>. (04.06.2011).

**Tagesschau** 16.01.2009. ARD, DE. Abgerufen unter: <http://www.tagesschau.de/multimedia/video/video436232.html> (17.09.2011).  
Website von Daniel Kehlmann. <http://www.kehlmann.com/> (04.07.2011)

## 14 Quellenverzeichnis

Hier werden noch einmal alle analysierten Interviews angeführt, auch wenn sie teilweise schon im Literaturverzeichnis angeführt wurden. Auch hier ist der Großteil der Zeitungsausschnitte aus der Dokumentationsstelle für neuere österreichische Literatur, Wien; Zeitungsausschnittsammlung. Die Artikel sind nach dem Code der nachfolgenden Inhaltsanalysebögen gereiht.

**DP1:** Krimbacher, Elisabeth: „Wer mag schon kluge Leute?“. In: Die Presse, Wien, 16.09.2005. S. 8-10.

**DP2:** Simon, Anne-Catherine: „Im Fernsehen sieht man nur noch dressierte Hunde“. In: Die Presse, Wien, 18.09.2006, S. 25.

**DP3:** Klauhs, Harald: haben Sie nichts erlebt, Herr Kehlmann? In: Die Presse, Wien, 22.03.2009, S. 62-63.

**DP4:** Kehlmann, Daniel: Mehrere peinliche Fragen. In: Die Presse, Wien, 03.03.2007. Spectrum S. IV.

**DS1:** Kerbler, Michael; Philipp, Claus: Was ist heute nicht alles „aktuell“... In: Der Standard, Wien, 22.06.2006, S. 29.

**DS2:** Niedermeier, Cornelia: „Der Reiz, eine Kunstsprache zu entwickeln“. In: Der Standard, Wien, 14.01.2009, S. 31.

**DS ON1:** Pohl, Ronald: "Gedankenarmut ist kein Gegenargument". In: Der Standard, Wien: <http://derstandard.at/1316390010282/Daniel-Kehlmann-Gedankenarmut-ist-kein-Gegenargument> (30.09.2011)

**DZ1:** Diez, Georg: Beruf: Schriftsteller. In: Die Zeit, Hamburg, 17.08.2006, Nr.34, S. 43.

**F1:** Nüchtern, Klaus; Taschwer, Klaus: „Ich kann nicht rechnen“. In: Falter, Wien, S. 42. 23.09.2005.

**F2:** Nüchtern, Klaus: „Beim Nasenbohrern sieht jeder hin!“ Daniel Kehlmann ist der erfolgreichste Schriftsteller Österreichs. Ein Gespräch über Ruhm und „Ruhm“. In: Falter, Wien, 3/09. S. 24-27.

**FAZ1:** Lovenberg, Felicitas von: Ich wollte schreiben wie ein verrückt gewordener Historiker. In: Frankfurter Allgemeine Zeitung, Frankfurt, 09.02.2006. S. 41.

**FAZ2:** Kehlmann, Daniel: Seid vermessen! Was Weimar mich gelehrt hat. Dankesrede zur Verleihung des Literaturpreises der Konrad-Adenauerstiftung am 18.06.2006. In: Frankfurter Allgemeine Zeitung, Frankfurt, 20.09.2006. S. 47.

**FAZ3:** Kehlmann, Daniel: Dionysos und der Buchhalter. Dankesrede zur Verleihung des Thomas-Mann-Preises am 18.10.2008. In: Frankfurter Allgemeine Zeitung, Frankfurt, 25.10.2008. S. Z1-Z2.

FAZ4: Lovenberg, Felicitas von: In wie vielen Welten schreiben Sie, Herr Kehlmann? In: Frankfurter Allgemeine Zeitung, Frankfurt, 27.12.2008. S. Z6.  
FR1: Jötten, Frederik: „darwin ist lustiger“. In: Frankfurter Rundschau, Frankfurt, 19.08.2006, S. 4-5.

INW1: Engel, Philipp: „Wie jüdisch bin ich?“ Interview mit Daniel Kehlmann. In: Illustrierte neue Welt, Wien, 08.2010, Nr.8/9, S. 32-33.

K1: Zemann, Andrea: Zauberlehrling mit Dichtermuse. Gefällig und voller Magie: Der Erstlingsroman des jungen Daniel Kehlmann. In: Kurier, Wien, 14. September 1997. S. 4.

K2: Kehlmann, Daniel: Das bin ich. Daniel Kehlmann. In: Kurier, Wien, 04.12.1999. Beil. Freizeit. S. 12.

K3: Hahn, Luise: Verblüfft vom Erfolg. In: Kurier, Wien, 15.09.2006, S. 37.

KLZ1: Kehlmann, Daniel: Zur Lage. In: Kleine Zeitung, Graz, 12.10.2005. S. 59.

KLZ2: Reiterer, Reinhold: Über Intrigen und Weltkomödien. In: Kleien Zeitung, Graz, 13.03.2006. S. 80-81.

L1: Kehlmann, Daniel: ... und hör'n die herrlichste Musik. Kleistpreis-Laudatio auf Max Goldt, gehalten am 23. November 2009 im Berliner Ensemble. In: Süddeutsche Zeitung, München, 26. November 2008. Erschienen in: Kehlmann, Daniel. Lob. Über Literatur. Reinbeck Rohwolt. 2010. S. 43-50.

L2: Kehlmann, Daniel: Kleist und die Sehnsucht, kein Selbst zu sein: Dankesrede zur Verleihung des Kleistpreises, gehalten am 23. November 2006 im Berliner Ensemble. In: Frankfurter Allgemeine Zeitung, Frankfurt, 25. November 2006. Erschienen in: Kehlmann, Daniel. Lob.Über Literatur. Reinbeck Rohwolt. 2010. S. 69-80.

L3: Kehlmann, Daniel: Die Katastrophe des Glücks. Dankesrede zur Verleihung des WELT-Literaturpreises, gehalten am 9. November 2007 im Axel-Springer-Haus in Berlin. In: Die Welt, Berlin, 10. November 2009. Erschienen in: Kehlmann, Daniel. Lob. Über Literatur. Reinbeck Rohwolt. 2010. S. 169-179.

N1: Zobel, Susanne: Endlich angekommen. In: News, Wien, 15.01.2009. Nr.3/09, S. 88-91.

N2: Zobel, Susanne: „So ein Bestseller macht unabhängig“. In: News, Wien, 29.10.2011, Nr.: 38/11, S. 94-95.

P1: Paterno, Wolfgang: „Am liebsten würde ich das Buch in die Ecke schmeißen“. In: profil, Wien, 02.06.2006, Nr.23, S. 134-138.

PZ1: „Das Beste am Erfolg ist die Freiheit“. In: Pirmasenser Zeitung. 24.01.2009, S. 1.

OÖN1: Reiterer, Reinhold: „Ich will bessre Bücher schreiben“. In: Oberösterreichische Nachrichten: 17.Jän.2009. S. 25.

**SN ON1:** Kehlmann, Daniel: Die Lichtprobe. Festrede von Daniel Kehlmann. In: Salzburger Nachrichten, Salzburg, 25.07.2009.  
<http://www.salzburg.com/online/thema/thema+festspiele/Die-Lichtprobe-Festrede-von-Daniel-Kehlmann.html?article=eGMmOI8V4uum8zzmnufIg5RjRpn117kkAcIseM0&img=&text=&mode> (20.07.2011).

**SN1:** Ölz, Wolfgang: Notwendigkeit zur Bescheidenheit. Wolfgang Ölz sprach mit dem österreichischen Schriftsteller Michael (sic!) Kehlmann, dessen jüngster Roman „Ich und Kaminski“ heißt. In: Salzburger Nachrichten, Salzburg, 23.08.2003. Beil. Lebensart, S. VII.

**SN2:** SN/APA: Auch Handke ist die Show nicht fern. In: Salzburger Nachrichten, Salzburg, 12.08.2009, S. 19.

**SP1:** Matussek, Matthias; Schreiber, Mathias; Stampf, Olaf: „Mein Thema ist das Chaos.“ In: Der Spiegel, Hamburg, 05.12.2005. Nr.49 S. 174-178.

**SP2:** Araghi, Verena: Lust auf deutsche Leichtigkeit. In: Der Spiegel, Hamburg, 09.01.2006. Nr.2 S. 130-132.

**SP3:** Dürr, Anke; Höbel, Wolfgang: „Wieso die schäumende Wut?2. In: Der Spiegel, Hamburg, 03.08.2009, S. 108-112.

**SZ1:** Mangold, Ijoma: der red so komisch. In: Süddeutsche Zeitung, München. 09.02.2006. S. 16

**VA1:** Koch, Ursula: „Für Popliteratur bin ich viel zu klassisch“. Candide-Preisträger Kehlmann über sein Werk. In: Vlothoer Anzeiger, Minden, 05.03.2005. S. 19.

**VN1:** Niedermeier, Cornelis: „Wurst und Sterne“ - Fakten sind Fiktionen. In: Vorarlberger Nachrichten, Schwarzach, 05.09.2005.

**WON1:** Weinzierl, Ulrich: Wenigstens einmal richtig gefeuert. In: welt.de. 28.02.2006.

**WW1:** MM: „Qualität allein reicht nicht“. In: Weltwoche, Zürich, 15.05.2008, S. 60-62.



## 15 Anhang

### 15.1 Analysebögen der Inhaltsanalyse

Fall	S. 293	Nr.	Paraphrase	Generalisierung	Reduktion/Kategorien
SN ON1 (2009)	X	1	DK zitiert Max Reinhardt, der die arme Gefühlswelt des Bürgertums betont	Bürgerliche Referenzpunkte sind für DK <sup>294</sup> wichtig	K1 DK sieht sich als konservativer Bildungsbürger  K2 DK bezieht sich in seiner Selbstinszenierung auf seinen Vater Vorbild  K3 DK inszeniert sich als Befürworter traditioneller Werte in der Kunst  K4 DK versucht sich als zu „nicht konservativ“ zu positionieren  K5 DK versucht seinen Humor/seinen Witz zu unterstreichen  K6 DK inszeniert sich als gebildet  K7 DK inszeniert sich als Self-made-Literaturstar
SN ON1 (2009)	X	2	DKs Vater arbeitet in Wien im Theater an der Josefstadt; seine Mutter und er kamen aus München zu Besuch	Erziehung und Aufwachsen war kosmopolitisch, zwischen Deutschland und Österreich; bürgerlich geprägt	
SN ON1 (2009)	X	3	DK sah viele Inszenierungen seines Vaters, der sehr lange im TV und im Theater sehr erfolgreich war	DK hat eine sehr hohe Meinung von seinem Vater	
SN ON1 (2009)	X	4	Von seinem Vater zu lernen ist für DK immer eine zweiseitige Sache. Man möchte doch eigenständig sein, instinktiv lehnt man Lektionen des Elternhauses ab und sucht seine Lehrer so fern davon wie möglich.	DK sieht in seinem Vater als Lehrer	
SN ON1 (2009)	X	5	DK sieht in seinem Vater den Lehrer, der ihn an der Arbeit (an seinen Drehbüchern, den Verfilmungen Joseph Roths etc.) Teilhaben ließ: DK lernte die Wichtigkeit der Atmosphäre, die Technik des Humors; DK lernte aber auch Gelassenheit und Konsequenz;	DK hat eine sehr hohe Meinung von seinem Vater; er sieht in als Lehrer	
SN ON1	X	6	DK lernte vom Scheitern seines Vaters u.a.,	DK lernte aus dem Scheitern	

<sup>293</sup> X = keine Seite vorhanden, da es sich um eine Onlinequelle handelt

<sup>294</sup> DK = Daniel Kehlmann

(2009)			dass er sich dem Theater fernzuhalten hatte und er lieber Bücher schreiben wolle	seines Vaters	K8 DK inszeniert sich als reflektierter Kenner des Literaturmarktes  K9 DK inszeniert sich als reflektierter Kenner des Literatur und Kulturjournalismus  K10 DK sieht Schreiben als teils handwerklichen aber doch künstlerischen Prozess  K11 DK inszeniert sich als erfolgsbewusst  K12 DK ist ein Kritiker der Trennung zwischen finanziellen/Publikumserfolg und literarischem Wert  DK13 sieht sich als kosmopolitischen/weltgewandten Menschen  DK14 kritisiert das Regietheater als Dogma  K15 DK sieht sich als Erzähler  K16 DK inszeniert sich als Gegenpol zur Popliteratur
SN ON1 (2009)	X	7	Im deutschsprachigen Raum, ist am Theater ein Zwang zur Aktualisierung entstanden; man kann keine „original getreuen“ Inszenierungen auf dem Theater/im TV mehr durchführen	DK kritisiert die „moderne“, gängige Inszenierungspraxis am Theater	
SN ON1 (2009)	X	8	In einer Welt, in der weder linke Literatur gelesen noch linke Diskussionen stattfinden, ist das Regietheater als letzter Hort für Pseudolinkes geblieben	DK kritisiert das Regietheater als Dogma bzw. letzter Fluchtpunkt der Linken	
SN ON1 (2009)	X	9	DK belegt seine Ausführung zu seiner Theaterkritik mit spezialisierten Beispielen wie Karl Kraus' Text zur Aktualisierung von Schillers „Die Räuber“ von Erwin Piscator 1926	DK belegt seine Standpunkte mit erlesenen Beispielen aus den Geistes- und Sozialwissenschaften und aus der Geschichte	
SN ON1 (2009)	X	10	DK meint, wer gegen das sogenannte Regietheater ist, müsse beileibe nicht konservativ sein; aber das Regietheater wird von Konservativen verteidigt	DK sieht sich nicht als konservativ	
SN ON1 (2009)	X	11	Und trotz der Widerstände ordnete sich Michael Kehlmann nicht den Trends unter, da ihm dies nicht die volle Freiheit gelassen hätten	DK betont die Standhaftigkeit seines Vaters	
L1 (2009)	43	12	DK betont seine Bildung in dem er die Autoren, die er in der Laudatio zitieren wird, aufzählt. Unterstrichen wird dies, durch das Zitieren von unüblichen, erlesenen Autoren	DK betont seine Bildung	
L1 (2009)	44	13	DK betont seinen Hang zum Humor	DK will seinen Humor hervorheben	
L1 (2009)	45	14	DK vergleicht Goldt mit Kraus	DK betont seine Bildung	



L1 (2009)	48	15	DK zitiert als Maßstab Gerd Pasemann	DK unterstreicht seine Bildung und betont seine popkulturelle Bildung und Jugendlichkeit	K17 DK orientiert sich an südamerikanischer Literatur
L1 (2009)	49	16	DK zitiert Schillers Unterscheidung von Satire	DK will seinen Humor hervorheben und versucht seine Bildung zu betonen	K18 DK orientiert sich nicht an deutschsprachiger Gegenwartsliteratur
L2 (2006)	70-71	17	DK spricht über Kleists Bildung	DK betont seine Bildung	K19 DK wirkt international politisch interessiert; nicht tagesaktuell oder national politisch interessiert
L2 (2006)	73	18	DK spricht vom Japanischen Schwertmeister Takuan den Kleist gelesen habe	DK betont seine Bildung	K20 DK orientiert sich an russischer Literatur
L2 (2006)	75-77	19	DK zitiert Shakespeare und Goethe und vergleicht sie mit Kleist	DK betont seine Bildung mit Zitaten aus den Geistes- und Kulturgeschichte	K21 DK beklagt die negativen Seiten des Ruhms
L2 (2006)	169	20	DK erzählt über seine bescheidene Anfänge	DK hebt seinen selbst erarbeitet Erfolg hervor	K22 DK kritisiert die geringe Lesbarkeit der deutschen Literatur
L3 (2007)	169	21	DK erzählt über die Probleme der ersten, schlecht geplanten Pressetermine	DK kennt die Praktiken des Literaturmarketings	K23 DK grenzt sich von deutschsprachiger Nachkriegsliteratur ab
L3 (2007)	170	22	DK berichtet über die noch schlechteren Verkaufszahlen seines zweiten Buches aufgrund eines Vertriebsproblems	DK kennt die Praktiken des Literaturmarktes	K24 DK sieht alte, bürgerliche Schriftsteller als Vorbilder in der deutschen Literatur
L3 (2007)	170-171	23	DK beschreibt seinen Verlagswechsel von Suhrkamp zu Rowohlt als notwendigen Schritt	DK unterstreicht seinen hohen literarischen Wert mit seinem Vertrag bei Suhrkamp	K25 DK orientiert sich an US-amerikanischen Autoren
L3 (2007)	171	24	DK berichtet über seine ersten, gut organisierten, aber schlecht besuchten Lesungen	DK kennt die Praktiken des Literaturmarktes	
L3 (2007)	172	25	DK berichtet über schlechte Verkaufszahlen von „Der fernste Ort“ und sieht den Grund in den fehlenden Besprechungen in der Presse	DK kennt die Praktiken des Literaturmarktes	
L3 (2007)	172	26	DK beschreibt die zahlmäßig höheren	DK kennt die Praktiken des	

			Besprechungen in der Presse von „Ich und Kaminski“ und den damit verbundenen höheren Verkaufszahlen	Literaturmarktes und der Literaturkritik	K26 DK schätzt hochwertige/anerkannte Popkultur
L3 (2007)	172	27	DK bezeichnet seinen Roman „Vermessung der Welt“ als Lottogewinn und Jackpot	DK weiß um die Tragweite seines finanziellen Erfolgs	K27 DK will keinen Skandal auslösen  K28 DK sieht die Schriftstellerrolle nicht als politischer Kommentator
L3 (2007)	173	28	DK beschwert sich, dass sein Name inzwischen als Beispiel für kommerzielle Anbiederung gilt	DK beklagt die Trennung zwischen finanzieller Anerkennung/Publikumserfolg und literarischem Wert	
L3 (2007)	174	29	DK meint Ruhm ist eine Glückkatastrophe und eine Komödien von Buñuel	DK beklagt die negativen Seiten des Ruhms	
L3 (2007)	175	30	DK meint, dass wer Bücher schreibt, auch gelesen werden will	DK kritisiert die Trennung von finanzieller Anerkennung/Publikumserfolg und literarischem Wert	
L3 (2007)	175	31	DK erzählt von einer Erfahrung seines Verlegers mit einem Journalisten, der sich beklagt hatte, dass DK zu stark medial präsent ist	DK beklagt die journalistischen Praktiken	
L3 (2007)	176	32	DK beklagt, dass der Verkaufserfolg des Romans „Die Vermessung der Welt“ in der Achtung mancher „eben nicht meinungsfester Menschen“ den literarischen Wert herabsenke. Er erwähnt Bourdieu und meint, man müsse ihn nicht gelesen haben um zu sehen, dass das Verbreitete nicht zur Distinktion taue	DK kritisiert die Trennung von finanzieller Anerkennung/Publikumserfolg und literarischem Wert auch bei Publikum	
L3 (2007)	177	33	DK betont, dass er sich mehr über eine literarästhetische Kritik als über Verkaufserfolge freue	Literarischer Erfolg freut DK mehr als finanzieller	
L3 (2007)	177	34	DK erklärt, dass er das Preisgeld an Ärzte ohne Grenzen spenden werde	DK ist finanziell abgesichert und weiß es	

K1 (1997)	4	35	DK sieht sich selbst als Täuschungskünstler, der die Wahrheit fürchtet	DK sieht sich als magischer Erzähler	
K1 (1997)	4	36	DK findet es nicht ungewöhnlich, ein Buch zu schreiben, da er sich für Literatur interessiert.	DK beschreibt den künstlerischen Prozess des Schreibens als normal	
K1 (1997)	4	37	Zuerst habe er schlechte Gedicht, dann gute Kurzgeschichten geschrieben, nun etwas Längeres	DK versucht Schreiben als natürlichen Prozess zu beschreiben	
K2 (1999)	12	38	DK sieht als klügste Menschen zurzeit: Kurt Vonnegut, Christian Tillinger, Dieter Rebosch	DK versucht sich als Bildungsbürger zu inszenieren	
K2 (1999)	12	39	DK antwortet auf die Frage: „Wer oder was er im nächsten Leben sein will?“ mit „Sehr, sehr, sehr, reich“.	DK zeigt (zwar mit ionischer Note), dass er auch finanziell erfolgreich sein will	
SN1 (2003)	VII	40	DK beschreibt seinen Arbeitsablauf als regelmäßiges Erledigen eines gewissen Pensums	DK versucht Schreiben als natürlichen Prozess zu beschreiben	
SN1 (2003)	VII	41	DK sieht lange Geschichten mit vielen Charakteren und vielen Schauplätzen als Königsdisziplin des Erzählens; er will das erreichen	Für DK ist ästhetisch anspruchvolles Erzählen hochwertig und erstrebenswert	
VA1 (2005)	19	42	DK sieht sich als zu klassisch für Popliteratur	DK inszeniert sich als Gegenpol zur Popliteratur	
VA1 (2005)	19	43	DK hatte bis März 2005 von keinen schlechten Erfahrungen mit Medien zu berichten	DK kennt Medienlogiken	
VA1 (2005)	19	44	DK verneint Spekulationen das „Ich und Kaminski“ Kalkül war	DK kennt Medienlogiken	
VA1 (2005)	19	45	Karl Kraus habe ihn stark beeindruckt; er kopiere aber nicht seinen Stil	DK sieht alte, bildungsbürgerliche Autoren als Vorbilder	
VN1 (2005)	17	46	Verknappung ist für DK ein Mittel zur Vermeidung von Trivialität	DK sieht sein Erzählen als nicht trivial	

VN1 (2005)	17	47	DK orientiert sich an Gabriel García Márquez bezgl. Arbeitstechnik	DK orientiert sich an südamerikanischer Literatur	
VN1 (2005)	17	48	DK orientiert sich an Gabriel García Márquez bezgl. Themensetzung	DK orientiert sich an südamerikanischer Literatur	
DP1 (2005)	8	49	DKs Markenzeichen der graue Trenchcoat ist kaputt	DK versucht normal zu wirken	
DP1 (2005)	8	50	DK macht es Spaß, sich nicht an der deutschsprachigen Gegenwartsliteratur zu orientieren	DK orientiert sich nicht an deutschsprachiger Gegenwartsliteratur	
DP1 (2005)	8	51	DK sieht Lisa Simpson als ideales Künstlerbild	DK schätzt hochwertige/anerkannte Popkultur	
DP1 (2005)	9	52	DK findet „Die Simpsons“, Gary Larson, Max Goldt, Josef Hader und „The West Wing“ lustig	DK schätzt hochwertige/anerkannte Popkultur; DK betont seinen Hang Komik	
DP1 (2005)	9	53	DK kritisiert einseitige Schuldzuschreibungen in der internationalen Politik; Beispiele sind Ruanda und Bosnien	DK wirkt international politisch interessiert; nicht tagesaktuell oder national politisch interessiert	
DP1 (2005)	9	54	DK findet Prominenz nicht schlecht; neidig sind nur die, die auf das Geld spitz sind	DK zeigt (zwar mit ironischer Note), dass er gerne berühmt ist	
DP1 (2005)	9	55	DK findet, dass Bildung schon einmal höher im Kurs stand	DK betont die Wichtigkeit von Bildung	
F1 (2005)	62	56	DK war in der Schule gut; kritisiert die Ausrichtung des Mathematiklehrplans	DK betont seine Bildung	
F1 (2005)	62	57	DK erwähnt sein Philosophiestudium und den Beginn seiner Dissertation über das Erhabene bei Kant	DK betont seine Bildung	
F1 (2005)	62	58	DK verehrt Vladimir Nabokov; v.a. wegen der detaillierten Werkzusammenhänge	DK orientiert sich an russischer Literatur	
F1 (2005)	62	59	In „Ich und Kaminski“ hat DK die Komik für sich entdeckt	DK betont seinen Witz	

F1 (2005)	62	60	DK betont, dass Charaktere in seinen Büchern nicht sehr viel von seiner Persönlichkeit widerspiegeln	DK versucht autobiografisches in seinen Werken von der Hand zu weisen	
F1 (2005)	62	61	Schriftsteller werden war kein Schritt gegen das Elternhaus, sondern eher wie wenn der Sohn eines Chirurgen Neurologe wird; lernte sich nicht von schlechten Kritikern unterkriegen zu lassen	DK ist durch seine Eltern künstlerisch geprägt	
F1 (2005)	62	62	DK erlebte Fritz Eckhardt als Kind persönlich	DK ist durch seine Eltern künstlerisch geprägt	
F1 (2005)	63	63	DKs liebster Filmregisseur ist Stanley Kubrick	DK schätzt hochwertige/anerkannte Popkultur	
F1 (2005)	63	64	DK hat sich viel mit lateinamerikanischer Literatur beschäftigt; so kam die Idee zum Doppelroman bei „Die Vermessung der Welt“	DK orientiert sich an südamerikanischer Literatur	
F1 (2005)	63	65	DK zitiert Mario Vargas Llosa	DK orientiert sich an südamerikanischer Literatur	
F1 (2005)	63	66	DK begründet seinen Verlagswechsel von Suhrkamp zu Rowohlt, damit, dass die Menschen mit denen er zusammenarbeiten muss, sich änderten; der Name sei nicht alles	DK kennt die Mechanismen des literarischen Marktes	
F1 (2005)	63	67	Geld spielte laut DK beim Wechsel keine Rolle; DK verneint eine Geldsumme die für den Wechsel kolportiert wurde	DK kennt die Mechanismen des literarischen Marktes	
KLZ1	59	68	DK kritisiert die patriotische Verliebtheit der österreichischen Literaturkritik	DK kritisiert die Enge des literarischen Marktes in Österreich	
SP1 (2005)	175	69	DK erwähnt seine Recherche für „Die Vermessung der Welt“	DK beschreibt Schreiben auch als Handwerk	
SP1 (2005)	175	70	DK spricht viel und qualifiziert über Wissenschaft	DK zeigt seine Bildung	

SP1 (2005)	176	71	DK weiß, dass „Die Vermessung der Welt“ nicht nur gut verkauft, sondern die Übersetzungsrechte Ende 2005 auch bereits in 13 Sprachen verkauft wurden	DK weiß über seine Finanz- und Publikumserfolg Bescheid	
SP1 (2005)	176	72	DK betont die satirischen Züge in „Die Vermessung der Welt“	DK betont seinen Witz	
SP1 (2005)		73	DK betont seine gute Bildung: Jesuitenschule am Stadtrand von Wien; er relativiert aber: er sei ein normaler Jugendlicher gewesen; Bsp. Er sieht „Die Simpsons“	DK zeigt seine Bildung; DK schätzt hochwertige/anerkannte Popkultur	
SP2 (2006)	131	74	DK kritisiert die Vergabe des Literaturnobelpreises an Elfriede Jelinek, da deutschsprachige Autoren noch weniger als Erzähler wahrgenommen würden	DK kritisiert die geringe Lesbarkeit der deutschen Literatur	
FAZ1 (2006)	41	75	DK hat sich während seines Studienaufenthalts in Mexiko mit südamerikanischer Literatur beschäftigt	DK zeigt seinen Bildung und Weltgewandtheit	
FAZ1 (2006)	41	76	Südamerikanischer Literatur beeinflusste DK in Hinblick auf emotionale und künstlerische Möglichkeiten; er hat sie noch nicht	DK orientiert sich an südamerikanischer Literatur	
FAZ1 (2006)	41	77	„Die Vermessung der Welt“ ist besonders weil sie Leute zu Gegenwartsliteratur bringt, die sie nicht lesen, wenig lesen oder „nur“ Trivallliteratur lesen	DK meint, er bringe Nichtleser zum Lesen	
FAZ1 (2006)	41	78	DK sieht sich als traditioneller Erzähler	DK sieht sich als traditionellen Erzähler	
FAZ1 (2006)	41	79	DK sieht sich als humorvollen Menschen, endlich ist ein Roman auch witzig	DK betont seinen Witz	
FAZ1 (2006)	41	80	DK kritisiert die Medienwelt, deren radikalsten Irrtümer sei es zu glauben, dass	DK kritisiert die Medienwelt, die den Markt für Intelligentes	

			Dinge mit Niveau kein Publikum haben; es gibt intellektuelle Bücher, aber wenig davon im TV	unterschätze	
SZ1 (2006)	16	81	DK kritisiert die anstrengenden Lesereisen	DK kritisiert den Literaturbetrieb	
SZ1 (2006)	16	82	DK betont, dass er 2. Klasse fährt	DK sieht sich als normaler Mensch	
WON1 (2006)	X	83	DK findet Lesereisen anstrengend aber lustig	DK kritisiert den Literaturbetrieb leicht; DK kennt den Literaturbetrieb	
WON1 (2006)	X	84	DK kann mit Thomas Bernhard nichts anfangen, da er nie aufs Neue aus sei, sondern immer nur reproduziere	DK grenzt sich von Thomas Bernhard ab	
WON1 (2006)	X	85	Marcel Proust ist für DK der größte Schriftsteller; Thomas Mann der wichtigste deutsche Autor	DK sieht Marcel Proust und Thomas Mann als Vorbilder	
WON1 (2006)	X	86	DK betont, dass er nie einen richtigen Job hatte, nie gefeuert werden konnte	DK unterstreicht seine künstlerische Ausnahmestellung	
WON1 (2006)	X	87	DK war beeindruckt von den Roman von Leo Perutz	DK sieht Leo Perutz	
KLZ2 (2006)	80	88	DK zweifelt, ob der Witz von „Die Vermessung der Welt“ im Film erhalten wird	DK betont seinen Witz	
KLZ2 (2006)	80	89	DK findet die Promotiontätigkeit interessant, aber stressig	DK kritisiert den Literaturbetrieb	
KLZ2 (2006)	80	90	DK kritisiert, dass Unterrichtsministerin Gehrer und KHM Direktor Seipel noch immer im Amt sind	DK äußert sich kultur- und bildungspolitisch	
P1 (2006)	134	91	DK meint, dass „Die Vermessung der Welt“ etwas getroffen hat, dass in der Luft lag	DK sieht seinen Erfolg als Zufall	
P1 (2006)	134	92	DK sieht „Die Vermessung der Welt“ als dezitier historisches Buch voll von	DK betont den Bildungsaspekt in seinen Romanen	

			historischen und literarischen Anspielungen		
P1 (2006)	134	93	DK sieht „Die Vermessung der Welt“ als Lottogewinn	DK weiß um den finanziellen Erfolg Bescheid	
P1 (2006)	134	94	DK sieht „Die Vermessung der Welt“ als Antithese zur Fernsehannahme, dass Niveau nicht verkaufbar ist	DK betont die Bildungsaspekt in seinen Romanen; DK kritisiert den Medienbetrieb	
P1 (2006)	135	95	DK sieht „Die Vermessung der Welt“ als Werk, das andere quersubventioniert	DK weiß um den finanziellen Erfolg bescheid	
P1 (2006)	135	96	DK kritisiert, dass ab einem gewissen Erfolg, nicht mehr Bücher rezensiert werden, sondern der Ruf	DK kritisiert Literaturjournalismus	
P1 (2006)	135	97	DK sieht den finanziellen Erfolg als Absicherung, er will mit dem Geld nicht prassen	DK weiß um den finanziellen Erfolg bescheid	
P1 (2006)	135	98	DK sieht weniger Ruhm im Schriftstellerberuf als etwa bei Schauspielern	DK relativiert seinen Ruhm	
P1 (2006)	135	99	Erfolg treibt DK in die Extrovertiertheit; man muss aber wieder in die Introvertiertheit zurückkehren um in Ruhe schreiben zu können	DK relativiert seinen Ruhm	
P1 (2006)	135	100	DK findet es lustig, ein Medienstar zu sein; das ist für ihn aber kein Schreibgrund	DK kennt den Medienbetrieb	
P1 (2006)	135	101	DK findet Popularität etwa bei Lesereisen gut	DK findet seinen Ruhm angenehm	
P1 (2006)	135	102	DK kritisiert Popliteraten als reine Medienstars	DK grenzt sich von Popliteraten ab	
P1 (2006)	135	103	DK bekennt: er habe die Grundsatzentscheidung getroffen, für die Vermarktung des Buches („Die Vermessung der Welt“) vieles zu tun	DK kennt den Literaturbetrieb und die Medienlogiken	
P1	136	104	DK merkt an, die immer selben Lesungen	DK kritisiert den Literaturbetrieb	



(2006)			erzeugen manchmal Unwillen	leicht	
P1 (2006)	136	105	DK hat auf der Reise mit dem deutschen Außenminister u.a. über Literatur, Politik und Einstein gesprochen	DK betont seine Weltgewandtheit	
P1 (2006)	137	106	DK weiß über Dritte, dass er aufgrund seines Publikumerfolges im österreichischen Literaturbetrieb unbeliebt ist, im deutschen ist dem nicht so sei	DK kritisiert die Struktur des literarischen Marktes in Österreich	
P1 (2006)	137	107	Österreichische und deutsche Nachkriegsliteratur war für DK nicht von großer Bedeutung; nord- und südamerikanische Schriftsteller waren für ihn wichtiger	DK grenzt sich von deutschsprachiger Nachkriegsliteratur ab	
P1 (2006)	137	108	DK kann mit Tomas Bernhard nichts anfangen; denn Kunst ist etwas neues, Bernhard nicht: dieser ist immer dasselbe	DK grenzt sich von Thomas Bernhard ab	
P1 (2006)	137	109	DK würde gerne bei den Simpsons auftreten	DK schätzt hochwertige/anerkannte Popkultur	
FAZ1 (2006)	47	110	DK kritisiert die ehemalige Macht der Gruppe 47	DK kritisiert die deutsche Nachkriegsliteratur	
FAZ1 (2006)	47	111	DK kritisiert den deutschen Nachkriegs-Literaturbetrieb mit den Begegnungen, Podiumssitzungen und Lesungen; alles etwas typisch deutsches und international nicht üblich	DK kritisiert den Literaturbetrieb	
FAZ1 (2006)	47	112	Dieser Betrieb mache DK Spaß und sei gut bezahlt, aber zeitaufwendig	DK kritisiert den Literaturbetrieb leicht; DK kennt den Literaturbetrieb; DK macht gerne beim Literaturbetrieb mit	
FAZ1 (2006)	47	113	DK greift die Kritiker an, die alles was Spiel und Vermischung von Tag- und	DK greift die Literaturkritik an	

			Nachtwelten, gering schätzen; er belegte es Mit Mann, Grass, und südamerikanischen Erzählern (allgemein)		
FAZ1 (2006)	47	114	DK kritisiert Fernsehlesewettbewerbe als erniedrigend	DK kritisiert den Literaturbetrieb	
DS1 (2006)	29	115	DK will keinen Skandal auslösen	DK will keinen Skandal auslösen	
DS1 (2006)	29	116	DK sieht es nicht als notwendig an, dass eine Schriftsteller Richtungsdebatten auslöst, er soll gute Bücher schreiben	DK sieht die Schriftstellerrolle nicht als politischer Kommentator	
DS1 (2006)	29	117	DK hätte den Karikaturen-Streit für Zeitungen kommentieren sollen, was er ablehnte	DK sieht seine Schriftstellerrolle nicht als politischer Kommentator	
DS1 (2006)	29	118	„Die Vermessung der Welt“ knüpft für DK nicht an gängigen Bezugspunkten der österreichischen Gegenwartsliteratur an; er knüpfe an russische, nord- und südamerikanischen Autoren an	DK orientiert sich an südamerikanischer und russischer Literatur; DK grenzt sich von existierender deutschsprachiger Literatur ab	
DZ1 (2006)	43	119	DK reflektiert den Literaturbetrieb; findet nichts gegen Literaturpreise	DK kritisiert den Literaturbetrieb leicht	
DZ1 (2006)	43	120	DK meint, dass der Klagenfurter Bachmannpreis eigentlich aufhören könnte	DK kritisiert den Literaturbetrieb	
DZ1 (2006)	43	121	Die Promotiontätigkeiten kosten DK zu viel Zeit	DK kritisiert den Literaturbetrieb	
DZ1 (2006)	43	122	Kritisiert die mangelnde Größe an Personen im Literaturbetrieb	DK kritisiert die Enge des literarischen Marktes	
DZ1 (2006)	43	123	In England, den USA oder Frankreich gebe es laut DK eine streitlustiger literarische Öffentlichkeit mit Mut und Prinzipien	DK kritisiert den deutschsprachigen Literaturbetrieb/die deutschsprachige Literaturkritik	
FR1	4	124	DK wollte seit dem er 12 Jahre ist	DK unterstreicht seine	

(2006)			Schriftsteller werden	künstlerische Ausnahmestellung	
FR1 (2006)	4	125	DK hatte in Mathematik und Naturwissenschaften keine schlechten Noten	DK zeigt seine Bildung	
FR1 (2006)	4	126	Sein Erfolg ist bedingt durch Fleiß, Konzentration und Glück	DK charakterisiert Schreiben auch als Handwerk	
FR1 (2006)	5	127	DK war gut in der Schule, was viele Kollegen nicht zugeben würden	DK zeigt seine Bildung	
FR1 (2006)	5	128	DK findet Disziplin beim Roman schreiben wichtig	DK charakterisiert Schreiben auch als Handwerk	
K3 (2006)	37	129	DK sieht „Lotte in Weimar“ und „Ragtime“ als Vorbilder des historisch inspirierten und nicht trivialen Romans	DK orientiert sich an amerikanischen oder alten deutschsprachigen Autoren mit hoher Reputation	
DP2 (2006)	25	130	Michael Kehlmann hat seinem Sohn beigebracht, Kunst Ernst zu nehmen und, dass das Publikum nicht dumm ist	DK lernte viel von seinem Vater	
DP2 (2006)	25	131	DK wurde von seinem Vater beeinflusst, insofern, dass er bildlich schreibe	DK lernte stilistisch viel von seinem Vater	
DP2 (2006)	25	132	DK meint, dass im TV relevantere Kunst zu sehen sei, als im Theater	DK kritisiert das moderne Theater	
WW1 (2006)	60	133	DK sieht den Erfolg von „Die Vermessung der Welt“ als gesellschaftliches Phänomen	DK sieht seinen Erfolg als Zufall	
WW1 (2006)	60	134	DK wusste von seinem Vater, dass Künstler sein, finanzielle Unsicherheit bedeute	DK lernte viel von seinem Vater	
WW1 (2006)	60	135	DK bekennt, dass ihm die Stipendien des österreichischen Staats geholfen haben	DK lobte den Literaturbetrieb in Österreich (in einer Schweizer Magazin)	
WW1 (2006)	60	136	DK war immer freischaffender Schriftsteller - er hatte nie einen „anständigen Beruf“	DK unterstreicht seine künstlerische Ausnahmestellung	
WW1 (2006)	60	137	DK beurteilt den Literatur als absurd, da oft Qualitätsschriftsteller übersehen werden	DK kritisiert den Literaturbetrieb	

WW1 (2006)	61	138	DK hat seiner Meinung nach im angelsächsischen Raum besser Kritiken bekommen; im deutschsprachigen Raum habe er zu viel Erfolg	DK kritisiert den deutschsprachigen Literaturbetrieb	
WW1 (2006)	62	139	DK war gut in der Schule und war sehr interessiert	DK zeigt seine Bildung	
WW1 (2006)	62	140	DK ist auch musikalisch interessiert	DK zeigt seine musikalische Bildung	
WW1 (2006)	62	141	Nabokov ist DKs wichtigster Einfluss seines Lebens: v.a sein Stil, Witz und Gefühl für Feinheiten prägten ihn	DK orientiert sich an russischer Literatur	
WW1 (2006)	Z1	142	DK lobt Mann sehr überschwänglich	DK orientiert sich an alten, etablierten deutschen Künstlern	
FAZ3 (2006)	Z1	143	DK betont, dass ein Grundsatzpaar bei Thomas Mann Bürgerlichkeit und Künstlertum oft Thema ist	DK orientiert sich an alten, etablierten deutschen Künstlern	
FAZ3 (2006)	Z2	144	DK meint, dass Thomas Manns „Joseph“, als Jahrhundertroman erkannt, der deutschen Literatur eine andere Richtung gegeben hätte	DK zeigt seine Bildung	
FAZ4 (2008)	Z6	145	DK zitiert John Updike: ab einem Punkt wird nur mehr der Ruf, nicht mehr das Werk zitiert	DK kennt und kritisiert die Mechanismen des Literaturjournalismus'	
FAZ4 (2008)	Z6	146	DK glaubt, dass Handy, E-Mail und iPod die größten Veränderungen seit der industriellen Revolution sind; sie können aber Parallelwelten erschaffen	DK prangert die medialen Veränderungen an	
FAZ4 (2008)	Z6	147	DK findet Schreiben brutal, da man da Wahrheiten aussprechen muss, die man sonst aus Rücksicht nicht sagt	DK charakterisiert das Schreiben als teilweise unangenehme Arbeit	
FAZ4 (2008)	Z6	148	DK freut sich über seine Bestseller, da er ihn ökonomisch befreit	DK weiß um den finanziellen Erfolg bescheid	

FAZ4 (2008)	Z6	149	DK will weniger Lesereisen für „Ruhm“ unternehmen	DK kritisiert den Literaturbetrieb	
DS2 (2009)	31	150	DK spielt in „Ruhm“ auf Luis Buñuel an	DK zeigt seine Bildung	
DS2 (2009)	31	151	DK sah für eine Geschichte in „Ruhm“ „Clockwork Orange“ als Vorbild	DK orientiert sich an hochwertige/anerkannte Popkultur	
DS2 (2009)	31	152	DK verneint autobiografische Bezüge zu Leo Richter in „Ruhm“	DK grenzt sich von autobiografischen Bezügen ab	
F2 (2009)	24	153	DK erzählt von den ersten Interviewanfrage zu „Ruhm“, die ein Jahre vor Veröffentlichung an ihn herantraten	DK kennt die Mechanismen des literarischen Marktes/die Medienlogiken	
F2 (2009)	24	154	DK schätzt die gute Organisationsarbeit des Verlages	DK kennt die Mechanismen des literarischen Marktes	
F2 (2009)	24	155	DK erwähnt, dass das Magazin <i>News</i> erobert war, dass es kein Interview bekamen	DK kennt die Medienlogiken	
F2 (2009)	24	156	DK nahm acht bis zehn Interviewanfragen zu „Ruhm“ an	DK kennt die Mechanismen des Literaturjournalismus/Literarischen Marktes	
F2 (2009)	24	157	Die vielen Lesungen machten DK krank, Erschöpfungszustand, er kam auch nicht mehr zum Schreiben	DK kritisiert den Literaturbetrieb	
F2 (2009)	25	158	DK betont, dass er nicht von der Gruppe 47 komme, sondern von den nord- und südamerikanischen Autoren	DK grenzt sich von deutschsprachiger Nachkriegsliteratur ab	
F2 (2009)	25	159	Es war für DK lange ein Nachteil, nicht Popliterat zu sein und sogar manchen als deren Karikatur dessen galt	DK grenzt sich von Popliteratur ab	
F2 (2009)	25	160	DK sieht sein Buch nicht als Bildungsbuch für Schüler, wie das manche Kritiker taten	DK kritisiert die Literaturkritik	
F2 (2009)	25	161	DK hat einen guten Überblick über seine Finanzen	DK weiß um seine Finanzen bescheid	
F2	25	162	DK klagt nicht über Ruhm, obwohl sie oft	DK genießt den Ruhm	

(2009)			die echte Person verdeckt		
F2 (2009)	25	163	DK nutzt seinen Namen allenfalls bei Behördengängen, sonst eher nicht	DK genießt den Ruhm	
F2 (2009)	25	164	DK kennt Ruhm bereits aus seiner Kindheit: Fritz Eckhardt war oft bei ihnen zu Gast, sein Vater war berühmt	DK wusste viel von Ruhm über seinen Vater; DK wurde nicht alltäglich sozialisiert	
F2 (2009)	26	165	DK sieht sich nicht als traditionellen Schriftsteller: er sei nicht dem Zeitgeist verfallen, aber Erzählen = konservativ stimme nicht	DK sieht sich als Erzähler	
F2 (2009)	26	166	DK hat bei seinem Vater erlebt, wie Erzählen entsteht	DK lernte viel von seinem Vater	
F2 (2009)	26	167	DK findet Kunst als zweckfrei und sei nicht für etwa Rache da	DK sieht Kunst als unpolitisch	
N1 (2009)	90	168	DK kritisiert die moderne Kommunikationswelt	DK kritisiert die Medienwelt	
N1 (2009)	91	169	DK bestätigt, dass sein Vater für ihn prägend war	DK lernte viel von seinem Vater	
N1 (2009)	91	170	DK kann mit Elfriede Jelinek nichts anfangen	DK grenzt sich von Elfriede Jelinek ab	
N1 (2009)	91	171	DK hat offen Martin Graf kritisiert und tut dies auch im Interview, allerdings nicht sehr ausführlich	DK äußert sich kurz politisch zu einem gesellschaftlichen mehrheitsfähigen Punkt	
N1 (2009)	91	172	DK hat eine Erklärung unterschrieben, dass er bei der alten Rechtschreibung bleiben will	DK ist für die alte Rechtschreibung	
OÖN1 (2009)	25	173	DK sieht gerne die Fernsehserien „Dexter“	DK schätzt hochwertige/anerkannte Popkultur	
OÖN1 (2009)	25	174	DK kritisiert die moderne Kommunikationswelt, die uns sklavisches vereinnahmt	DK kritisiert die neue Medienwelt	
OÖN1	25	175	Die Finanzkrise tangiert DK	DK weiß um seine Finanzen	

(2009)				bescheid	
PZ1 (2009)	1	176	DK bekennt nicht, woher er seine Einfälle hat	DK sagt nicht, woher er seine Einfälle hat	
PZ1 (2009)	1	177	DK ignoriert den Erfolgsdruck nach „Die Vermessung der Welt“	DK ignoriert Erfolgsdruck	
DP3 (2009)	1	178	DK plädiert dafür, das Privatleben von Medienstars zu respektieren, wenn diese es geheim halten wollen	DK kritisiert die Medienwelt	
DP3 (2009)	1	179	DK weiß nicht genau, was bildungsbürgerlich sei. Wenn damit Leute mit halbwegs solider Ausbildung und Kulturinteresse gemeint sind, ist er einer. Dies treffe aber für das meiste, lesende Publikums zu.	DK zeigt seine Bildung	
DP3 (2009)	1	180	DK bewundert die südamerikanische Schreibart, in der die Welt ein Traum ist	DK orientiert sich an südamerikanischer Literatur	
DP3 (2009)	2	181	DK schwächt die Feststellung, sich als klugen Menschen zu inszenieren ab: er werde ja nur zu Sachverhalten befragt, zu denen er kompetent antworten kann	DK schwächt ab, dass er so klug sei	
DP3 (2009)	2	182	DK sieht Künstler nicht als moralische Autoritäten und begründet das historisch	DK sieht Schriftsteller nicht als gesellschaftspolitische Akteure	
DP3 (2009)	2	183	DK akzeptiert politische Schriftsteller, würde es aber nicht tun, da er nicht das richtige Temperament habe. Er würde sich nicht aktiv zu politischem Geschehen äußern	DK sieht seine Kunst als unpolitisch	
SP3 (2009)	108	184	DK kritisiert, dass das Theater ideologisch überfrachtet wäre, das keinen Widerspruch vertrage	DK kritisiert das moderne Theater	
SP3	109	185	DK sieht kein links Dogma, sondern einen	DK kritisiert das moderne Theater	

(2009)			pseudo-fortschriftlichen Habitus, im bourdieuschen Sinn		
SP3 (2009)	109	186	DK kritisiert, dass die Verfechter immer mit der Aufklärung argumentieren, aber nicht verinnerlicht haben und Kritiker nicht zulassen.	DK kritisiert das moderne Theater	
SP3 (2009)	109	187	DK untermauert die Richtigkeit seine Position, mit der Zustimmung anderer Autoren	DK kritisiert das moderne Theater	
SP3 (2009)	110	188	DK vergleicht seine Argumentation mit der Interpretation von Dirigenten	DK kritisiert das moderne Theater	
SP3 (2009)	111	189	DK meint, dass alle Angst haben, keine Subventionen zu haben und argumentiert mit Marx und Bourdieu	DK kritisiert das moderne Theater	
SP3 (2009)	112	190	DK lobt seinen Vater als Wiederentdecker von Ödön Horváth und Verfilmer von Josef Roth	DK hält viel von seinem Vater	
SP3 (2009)	112	191	DK hebt seinen Vater als Mensch mit Prinzipien hervor, der seine künstlerische Vorstellung nicht anpassen wollte	DK hält viel von seinem Vater	
SN1 (2009)	10	192	DK findet Handkes Charakterisierung seiner Person nicht richtig, er sei kein „Showmann der Literatur“. Außerdem sein Handke mediale Inszenierung nicht fremd	DK grenzt sich von Handke ab	
INW1 (2010)	33	193	DK wurde auch von Hannah Arendt, Leo Perutz und Karl Popper beeinflusst.	DK wurde von Hannah Arendt, Leo Perutz und Karl Popper beeinflusst	
INW1 (2010)	33	194	DK wurde nicht stark von Franz Kafka beeinflusst.	DK grenzt sich von Franz Kafka ab	
DP4 (2007)	IV	195	DK kritisiert das Literaturmarketing, dass sogar bei den unbekannten Schriftstellern schon angewandt wird	DK kritisiert das Literaturmarketing	



DP4 (2007)	IV	196	DK meint, dass Schriftsteller als lesende Kinder aufwachsen, das aber später nicht zugeben können	DK betont seine Bildung	
DP4 (2007)	IV	197	DK kritisiert die politisch falschen Einstellungen einige verstorbener Schriftsteller	DK sieht den Schriftsteller idealer Weise als eher unpolitisch	
DP4 (2007)	IV	198	DK kritisiert eine Zeitung, die ihm ungerechtfertigt Konjunktivfehler unterstellt	DK kritisiert die Literaturkritik	
N2 (2011)	94	199	DK sieht die Strukturen am Theater als diktatorisch	DK kritisiert das moderne Theater	
N2 (2011)	94	200	DK spricht von viel Zustimmung aus der Theaterwelt nach seiner Salzburgrede	DK kritisiert das Theater	
N2 (2011)	94	201	DK betont die Unabhängigkeit, die durch den Bestseller entstand	DK weis um seinen ökonomischen Erfolg	
N2 (2011)	94	202	DK sieht sich als Kämpfer fürs Theater	DK sieht sich als Kämpfer für Theater	
N2 (2011)	95	203	DK kritisiert die Theaterkritik, die das Regietheater als einzig Wahres alleine gelten lässt	DK kritisiert die Theaterkritik/den Kulturjournalismus	
DS ON1 (2011)	o.S.	204	DK war beeindruckt von Otto Schenks Inszenierung von „Professor Bernhadi“ 1988 in der Josefstadt	DK orientiert sich am Theater an alten, konservativen Vorbildern	
DS ON1 (2011)	o.S.	205	DK erneuert seine Kritik am Theater und untermauert sie mit einer Kritik aus der <i>New York Times</i>	DK kritisiert das Theater	
DS ON1 (2011)	o.S.	206	DK fand seine Leidenschaft zum Theater durch seinen Vater	DK verehrt seinen Vater	







## **16 Abstract deutsch**

Die Diplomarbeit beschäftigt sich mit Daniel Kehlmanns medialer Inszenierung im österreichischen Literarischen Feld. Bourdieus Feldtheorie dient dazu als theoretischer Rahmen. Nach einer generellen Beschreibung der Feldtheorie und des literarische Feldes im Speziellen, wird das österreichische literarische Feld praxisnah beleuchtet. Es fließen Aspekte der Medientheorie und der Alltagsinszenierung (u.a. Erving Goffman) ebenfalls mit ein.

Im empirischen Teil wird eine zusammenfassende qualitative Inhaltsanalyse nach Mayring durchgeführt. Dabei wurden alle Interviews und Aussagen von Daniel Kehlmann, die in deutschen general-interst Printpublikationen und deren Onlineablegern erschienen sind, analysiert. Aus den so entstandenen Kategorien werden Thesen zu Kehlmanns Inszenierung abgeleitet. Diese werden in das theoretische Konzept wieder eingebaut, um so Daniel Kehlmanns Platz im österreichischen Feld bestimmen zu können.



## **17 Abstract english**

This master thesis, written in German, analyses Daniel Kehlmann's staging via media in order to gather his position in the Austrian field of literature. Bourdieu's field theory is the main theoretical framework. After a general description of the field theory, the field of literature is analyzed in particular. Afterwards, the Austrian field of literature is specially analyzed in order to put the theory into practice. Other aspects being important for the staging in the media are also analyzed, approaches from media theory and sociology (e.g. Erving Goffman). In the empirical part of this thesis, a content analyzes following Mayring was done, analyzing all interviews and published statements of Daniel Kehlmann in German-speaking general-interest publications and their online outlets. The gathered categories lead to a description of Kehlmann's staging. This is put back into the theoretical concept to have a look at Daniel Kehlmann's position in the Austrian field of literature.





## 18 Lebenslauf

### *Persönliche Daten*

**Name:** Mag. Klaus Bichler

**Kontakt:** [klaus.bichler@gmx.at](mailto:klaus.bichler@gmx.at)  
Twitter: @K\_lauschen

**Geburtsdatum und -ort:** 16.11.1984 in St. Pölten

### *Ausbildung*

**Seit 02.2012** Dissertationstudium Publizistik- und Kommunikationswissenschaft  
Universität Klagenfurt

**10.2005 – 10.2012** Diplomstudium Deutsche Philologie Universität Wien

**10.2007 - 11.2010** Masterstudium Publizistik- und Kommunikationswissenschaft  
Universität Wien (09.2008 - 12.2008 Auslandssemester Universität  
Zürich)

**10.2004 - 06.2007** Bakkalaureatsstudium Publizistik- und Kommunikationswissenschaft  
Universität Wien

**09.2003 - 05.2004** Präsenzdienst

**09.1995 - 06.2003** BG/BRG St. Pölten

**09.1991 - 06.1995** Volksschule Ober-Grafendorf

### *Berufliche Erfahrung*

**Seit 02.2011** Lektor Donau-Universität Krems, Lehrgangsfolder Politische Bildung. VO  
"Ethik in der Kommunikation und in den Medien".

**Seit 02.2010** Lektor am Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft an der  
Universität Wien. „Proseminar STEP 5 Kommunikationswissenschaftliches  
Forschungs-Proseminar“.

**Seit 02.2009** Wissenschaftlicher Mitarbeiter bei Medienhaus Wien.  
Seit 02.2010 Mitarbeit beim EU-Forschungsprojekt „MediaAct“ (RP7). Koordination  
der Hedy Lamarr Lectures, Mitarbeit an Journalismusforschungsprojekten (Journalisten  
Report III und IV, Organisation von Konferenzen etc.

**10.2006 - 01.2010** Fachtutor am Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft an der  
Universität Wien („Einführung in das kommunikationswissenschaftliche Denken“;  
„Mediengeschichte“ und „Einführung in die kommunikationswissenschaftliche  
Forschung“). Zu den Themen: Journalismus und Web 2.0, Politische Kommunikation  
im Web 2.0, Mediengeschichte zwischen 1914 und 1938, Medialität und Jugendkultur.

**10.2006 - 10.2008** Freier Mitarbeiter bei „Radio Arabella“ in Wien

**Zwischen 12.2005 - 09.2006** Insgesamt drei Monate Praktika bei „Radio Arabella“ in Wien und  
„ATV-plus Aktuell“ in Wien

## **Publikationen**

- Bichler, Klaus (2012): Media Accountability in Austria in Web 2.0 - To What Extent do Blogs, Twitter and Co. Watch, Reflect and Criticize Austrian Journalism. In: The Romanian Journal of Journalism and Communication, Issue 2-2012.
- Karmasin, Matthias; Bichler, Klaus: The Perils and Possibilities of Media Accountability. In: Karmasin, Matthias; Bichler, Klaus (Hg.): Media Accountability – Strategies, Trends, Benchmarks. Medien Journal (36. Jg). Heft 1/2012.
- Karmasin, Matthias; Kraus, Daniela; Kaltenbrunner, Andy; Bichler, Klaus (2011): Austria: A Border-Crosser. In: Eberwein, Tobias; Fengler, Susanne; Lauk, Epp; Leppik-Bork, Tanja (Hg.): Mapping Media Accountability - in Europe and Beyond. Köln. Halem. S.22-36. (English)
- Bichler, Klaus (2011): Wechselseitiges Lernen. In: <http://de.ejo-online.eu/?p=4674#more-4674>.
- Bichler, Klaus; Kraus Daniela (2011): Ein kleiner Schritt zu mehr Selbstkontrolle. <http://de.ejo-online.eu/?p=4438>.
- Bichler, Klaus; Kraus Daniela (2011): A Small Step for Austrian Media Accountability <http://en.ejo.ch/?p=2855> (English).
- Bichler, Klaus (2010): Medienselbstkontrolle in Österreich im Web 2.0 - Wie Blogs, Twitter und Co. den Journalismus in Österreich beobachten, reflektieren und kritisieren. Magisterarbeit. Universität Wien.